



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Proceso de ventas y su impacto en la rentabilidad de las asociaciones de productores de calzado del cantón Cevallos provincia de Tungurahua, período 2022

Trabajo de titulación para optar al título de licenciado en Contabilidad y Auditoría

Autor:

Aguilar Guerrero, Jonathan Ismael

Tutor:

Dr. Villa Villa, Vicente Marlon

Riobamba, Ecuador. 2025

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Jonathan Ismael Aguilar Guerrero, con cédula de ciudadanía 1804364337, autor (a) (s) del trabajo de investigación titulado: Proceso de ventas y su impacto en la rentabilidad de las asociaciones de productores de calzado del cantón Cevallos provincia de Tungurahua, período 2022, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, a la fecha de su presentación.



Jonathan Ismael Aguilar Guerrero

C.I: 1804364337

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, **Dr. Vicente Marlon Villa Villa**, catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: **PROCESO DE VENTAS Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LAS ASOCIACIONES DE PRODUCTORES DE CALZADO DEL CANTÓN CEVALLOS PROVINCIA DE TUNGURAHUA, PERÍODO 2022**, bajo la autoría de **Jonathan Ismael Aguilar Guerrero**; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 29 días del mes de noviembre de 2024



Dr. Vicente Marlon Villa Villa
C.I: 0602342404

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación: Proceso de ventas y su impacto en la rentabilidad de las asociaciones de productores de calzado del cantón Cevallos provincia de Tungurahua, período 2022, presentado por Jonathan Ismael Aguilar Guerrero, con cédula de identidad número 1804364337, bajo la tutoría de Dr. Vicente Marlon Villa Villa; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 31 de enero de 2025

Iván Arias. Msc

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Lorena López. Msc

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Norma Jiménez. Msc

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-08.17
VERSIÓN 01: 06-09-2021

CERTIFICACIÓN

Que, **JONATHAN ISMAEL AGUILAR GUERRERO** con CC: **1804364337**, estudiante de la Carrera de **CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado " **PROCESO DE VENTAS Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LAS ASOCIACIONES DE PRODUCTORES DE CALZADO DEL CANTÓN CEVALLOS PROVINCIA DE TUNGURAHUA, PERÍODO 2022**", cumple con el **9%**, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **COMPILATIO**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 27 de enero de 2025



Dr. Vicente Marlon Villa Villa
TUTOR

DEDICATORIA

A Dios, por iluminar mi camino y darme la fortaleza necesaria para llegar hasta aquí.

A mi madre, por su amor incondicional y su apoyo constante en cada paso de este viaje. Su sacrificio y dedicación han sido mi mayor motivación.

A mi abuelito, por su sabiduría y ejemplo, que siempre me han guiado en los momentos difíciles.

A mi hermano, por ser mi compañero y mi apoyo incondicional. Gracias por creer en mí y estar a mi lado.

Y a mis docentes de la universidad, por compartir su conocimiento y por su invaluable orientación. Su pasión por la enseñanza ha dejado una huella profunda en mi vida.

Este camino ha sido un reto, pero gracias a ustedes, hoy puedo celebrar su culminación.

JONATHAN AGUILAR

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a Dios, por ser mi guía y fortaleza en cada paso de este camino.

A la Universidad Nacional de Chimborazo, por brindarme la oportunidad de formarme y crecer como estudiante y persona. A todos mis docentes, en especial a mi tutor, por su dedicación, apoyo y por compartir su conocimiento, que ha sido fundamental en mi desarrollo académico.

A mis compañeros de clase, por los momentos compartidos que han hecho de esta experiencia algo inolvidable.

Y, por supuesto, a mi madre, cuyo amor y sacrificio han sido la base de todo lo que soy. Todo esto es y siempre fue por ti negrita, gracias por todo lo que hiciste. A mi abuelito, por su sabiduría y apoyo incondicional. A mi hermano, por su aliento constante y por estar siempre a mi lado.

Este logro es un reflejo de todo el esfuerzo y amor que he recibido de ustedes.

Con cariño. Jonathan

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA
DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL
CERTIFICADO ANTIPLAGIO
DEDICATORIA
AGRADECIMIENTO
ÍNDICE GENERAL
ÍNDICE DE TABLAS
ÍNDICE DE FIGURAS
RESUMEN
ABSTRACT

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	15
1.1 Planteamiento del problema.....	16
1.1.1 Formulación del problema	18
1.2 Objetivos.....	18
1.2.1 Objetivo general	18
1.2.2 Objetivos específicos	18
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	19
2.1 Estado del arte.....	19
2.2 El proceso de ventas	22
2.2.1 Conceptualización	22
2.2.2 Estrategias efectivas de ventas	22
2.2.3 Etapas del proceso de ventas.....	23
2.2.4 Importancia del proceso de ventas.....	26
2.2.5 Estrategias de ventas aplicadas en pequeñas y medianas empresas (PYMES) 26	
2.2.6 Técnicas de ventas efectivas en la industria del calzado	27
2.2.7 Rol del personal de ventas en la optimización de procesos	27
2.3 La rentabilidad	28
2.3.1 Conceptualización	28

2.3.2	Tipos de rentabilidad	29
2.3.3	Principales indicadores de rentabilidad	29
2.3.4	Cálculo de la rentabilidad en industrias del calzado.....	30
2.3.5	Factores que afectan la rentabilidad en las asociaciones de calzado	31
2.3.6	Características de las asociaciones de calzado en Ecuador.....	32
2.4	Modelo de negocio de las asociaciones de calzado.....	32
2.5	La colaboración entre las asociaciones de calzado	33
2.6	Impacto de las estrategias de ventas en la rentabilidad	34
2.7	Relación entre la eficacia del proceso de ventas y los resultados financieros a largo plazo	34
2.8	La tecnología en el proceso de ventas	35
2.9	Desafíos y oportunidades en el proceso de ventas	36
2.10	Relación entre proceso de ventas y la rentabilidad	37
2.11	Legislación aplicable al sector calzado en Ecuador	37
2.11.1	Constitución de la República del Ecuador.....	38
2.11.2	Legislación tributaria	38
2.11.3	Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 080 (1R): “Etiquetado de calzado”	39
2.12	Normativas de las asociaciones de productores en Ecuador.....	40
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA		42
3.1	Tipo de investigación	42
3.2	Enfoque de la investigación.....	42
3.3	Diseño de la investigación	42
3.4	Nivel de la investigación.	42
3.5	Métodos y técnicas de recolección de datos	42
3.5.1	Método deductivo	42
3.5.2	Técnicas de investigación	43
3.5.3	Instrumento de recopilación de datos	43

3.6 Población de estudio.....	43
3.7 Métodos de análisis y procesamiento de datos	43
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	45
4.1 Resultados frecuencia con la que se realiza las acciones de venta	45
4.2 Resultados de la percepción del impacto de las acciones implementadas	47
4.2.1 Resultados del cálculo de rentabilidad de las asociaciones	50
4.2.2 Correlación entre el ROE y el ROA	54
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	56
5.1 Conclusiones	56
5.2 Recomendaciones.....	57
BIBLIOGRAFÍA	58
ANEXOS.....	62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Principales países exportadores de calzado en el año 2022.....	16
Tabla 2 Sondeos de mercado	45
Tabla 3 Disponibilidad de una lista de clientes	45
Tabla 4 Seguimiento y posventa al cliente.....	46
Tabla 5 Causas de la insatisfacción de los clientes.....	46
Tabla 6 Tiempo de medición de la satisfacción del cliente.....	47
Tabla 7 Perfil del comprador potencial.....	47
Tabla 8 Efectividad de las estrategias comerciales.....	48
Tabla 9 Diferencias de los diseños del producto con el de la competencia	48
Tabla 10 Eficiencia de la aplicación de estrategias comerciales	48
Tabla 11 Eficiencia en la rentabilidad con la aplicación de estrategias comerciales.....	49
Tabla 12 Comportamiento de las ventas	49
Tabla 13 Coeficiente de correlación entre el ROE y el ROA.....	55

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Ejemplo de un modelo de negocio en la industria del calzado	33
Gráfico 2 Evolución de la utilidad neta de las asociaciones	50

RESUMEN

La industria del calzado enfrenta diversos desafíos como la falta de estrategias de ventas efectivas que permitan generar una eficiente distribución en el mercado, lo que afecta la rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo. La presente investigación tuvo como objetivo explicar el proceso de ventas y su impacto en la rentabilidad de las asociaciones de productores de calzado del cantón Cevallos, provincia de Tungurahua en el período 2022. La técnica fue la recopilación de información de los estados financieros correspondientes a tres asociaciones, para posteriormente, calcular indicadores financieros de rentabilidad como el ROA y el ROE, además, el instrumento de recolección de información fue una encuesta diseñada para conocer el proceso de ventas que llevan a cabo internamente los dirigentes de cada institución. Los resultados obtenidos determinan que Calzado Gusmar tiene una rentabilidad alta en comparación con Calzafince y Alisson, por lo que las estrategias en el proceso de ventas de esa asociación son más eficientes. Por lo que se concluye que, a través del análisis ejecutado a las tres asociaciones productoras de calzado, se debe realizar un mejoramiento de las estrategias de venta que han implementado, lo cual implica principalmente en la rentabilidad de las organizaciones.

Palabras claves: proceso de ventas, rentabilidad, sector calzado, estados financieros

Abstract

The footwear industry faces several challenges, such as the lack of effective sales strategies to achieve efficient market distribution, which impacts profitability and long-term sustainability. This research aimed to explain the sales process and its impact on the profitability of footwear producers' associations in the Cevallos canton, Tungurahua province, during 2022. The methodology was based on collecting information from the financial statements of three associations, calculating financial indicators to measure profitability. The applied instrument was designed to understand the internal sales processes conducted by the leaders of each institution. The results determined that Calzado Gusmar has higher profitability compared to Calzafince and Alisson, indicating that its sales process strategies are more efficient. Therefore, it is concluded that, based on the analysis of the three footwear-producing associations, improving the implemented sales strategies is essential, as it significantly affects the organization's profitability.

Keywords: sales process, profitability, footwear sector, financial statements



Reviewed by:

Mgs. Hugo Solis V.

ENGLISH PROFESSOR

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

Las asociaciones de productores de calzado del cantón Cevallos desempeñan un papel fundamental en el impulso y desarrollo económico de la localidad. Este cantón, ubicado en la provincia de Tungurahua en Ecuador se ha destacado históricamente por su tradición en la fabricación de calzado de alta calidad. Las asociaciones conformadas por grupos de productores locales trabajan en conjunto para fortalecer la cadena de producción y comercialización de este producto dentro del sector, con la finalidad de promover el crecimiento económico y la generación de empleo en la zona a través de la producción y venta en los mercados locales y a nivel del país.

La importancia de esta investigación acerca del proceso de ventas y el impacto en la rentabilidad de tres asociaciones productoras de calzado, radica en la contribución que el sector del calzado aporta a la economía del cantón Cevallos. A respecto, el proceso de ventas es un aspecto importante para cualquier organización, ya que determina su capacidad de generar ingresos sostenibles y fortalecer su posición en un mercado competitivo. Un proceso de ventas bien estructurado permite identificar oportunidades de mejora, optimizar recursos y adaptarse a la demanda actual, lo que, a largo plazo, contribuye significativamente al crecimiento económico local y al desarrollo de las asociaciones involucradas en cuanto a la optimización de la rentabilidad.

El alcance de la investigación es bastante específico y se centra en analizar el proceso de ventas y la rentabilidad de las asociaciones productoras de calzado de Cevallos. Los resultados de este estudio permitirán tomar decisiones más informadas y mejorar su desempeño en el mercado, tanto el local como el regional, con el fin de identificar oportunidades de mejora en los procesos de venta y en consecuencia, optimizar la eficiencia y productividad de este sector plasmado en la rentabilidad.

La metodología de la investigación tiene un enfoque de campo y documental, a partir de la recolección de información de los balances contables para evaluar la situación financiera de las asociaciones a través del cálculo de indicadores como el margen de utilidad neta, ROA y ROE. Además, se utiliza un diseño no experimental y transversal para observar la interacción de las variables. Adicionalmente, se aplicó una encuesta por medio de un instrumento a los directivos de las tres asociaciones de calzado en Cevallos, en el que se encuentran algunos aspectos en torno al proceso de ventas que cada una realiza dentro de las operaciones.

Esta investigación está estructurada en cinco capítulos que se desglosan secuencialmente de la siguiente manera.

CAPÍTULO I. Se plantea una introducción, el planteamiento del problema de la investigación, la justificación y los objetivos que se van a alcanzar con la misma.

CAPITULO II. Se describe la parte teórica, así como los antecedentes en los que se fundamenta la investigación para brindar una validez científica.

CAPÍTULO III. Se plasma la metodología que se va a implementar para la consecución de los objetivos planteados anteriormente.

CAPÍTULO IV. Se describen los resultados alcanzados a través de la recopilación y presentación de la información obtenida.

CAPÍTULO V. Se plantean las conclusiones a las que se ha llegado, así como las recomendaciones para la generación de futuras investigaciones.

1.1 Planteamiento del problema

La producción de calzado a nivel mundial es una industria de gran magnitud que abastece la creciente demanda de calzado de las personas. Sin embargo, en 2021 la fabricación de calzado experimentó un incremento de aproximadamente 2.000 millones de pares debido a la paulatina normalidad por la vacunación contra la COVID-19. Al cierre de ese año, se habían producido un total de 22.200 millones de pares; una cifra que, no obstante, se encuentra aún lejos de las registradas antes de la crisis de la pandemia (Orús, 2023). Aunque esta problemática mundial continuó limitando la fabricación en muchos países durante 2021, la producción mundial de calzado aumentó un 8,6% con respecto a 2020, superando los 22.200 millones de pares, frente a los 20.500 millones de 2020. Pese a aquello, la producción de zapatos se ubicó un 7,5% más bajo del nivel previo a la pandemia que son unos 2.000 millones de pares menos.

Tabla 1 Principales países exportadores de calzado en el año 2022

Ranking	País	Pares (En millones)	Cuota mundial
1	China	9308	61,3%
2	Vietnam	1505	9,9%
3	Indonesia	535	3,5%
4	Turquía	378	2,5%
5	Alemania	378	2,5%
6	India	285	1,9%
7	Bélgica	242	1,6%
8	Italia	216	1,4%
9	Holanda	206	1,4%
10	Camboya	190	1,3%

Nota. Obtenido de World Footwear (2022).

En el año 2022 se estimó que las ventas a nivel mundial llegaron hasta los USD 366.22 mil millones.

La industria del calzado en Latinoamérica ha registrado cifras impresionantes en términos de producción y exportación en los últimos años. Según datos recientes de la Cámara de la Industria del Calzado de México (CICEG), México es uno de los principales productores de calzado en la región, con una producción anual que supera los 250 millones de pares de zapatos. Por su parte, Brasil se destaca como el mayor exportador de calzado en

América Latina, con más de 120 millones de pares enviados al extranjero cada año, según la Asociación Brasileña de la Industria del Calzado (Abicalçados). Además, Colombia ha experimentado un crecimiento significativo en su industria del calzado, con un aumento del 8% en las exportaciones durante el último año, según cifras del Instituto Nacional de Estadística y Censos (DANE). Estos datos reflejan la sólida posición de la industria del calzado en Latinoamérica y su contribución al mercado global (Castro y Quichimbo, 2021). En el año 2022 se estimó que las ventas a nivel de América Latina ascendieron hasta los USD 27.3 mil millones

La actividad manufacturera del calzado en Ecuador no ha sido la excepción en la generación de empleo tanto formal como informal, con una contribución al Producto Interno Bruto (PIB) que ha promediado un 14% en los últimos años. Según el Informe del Sector Industrias Manufactureras, esta industria representó el 11,80% del PIB en el año 2022. Durante el periodo comprendido entre enero y diciembre de 2021, las ventas del sector alcanzaron la suma de USD 25.871 millones, mostrando un incremento con respecto a los niveles registrados antes del inicio de la pandemia (Superintendencia de Bancos, 2022).

De acuerdo con una investigación realizada por la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (COERPEI) a 25 empresas, se encontró que el 44% de ellas están ubicadas en Tungurahua, el 28% en Pichincha, el 20% en Azuay y el 8% en Guayas. En cuanto a su estructura legal, el 44% son empresas artesanales, el 32% se han constituido como Sociedad Anónima y Compañía Limitada, el 12% son personas naturales y el 8% restante se divide equitativamente entre microempresas y sociedades civiles comerciales. Además, estas empresas tienen una larga tradición en el sector, ya que más del 70% de ellas tienen más de 10 años de experiencia en la fabricación de calzado.

El cantón Cevallos destaca por su desarrollo en la fabricación y comercialización de calzado, siendo esta la principal actividad económica que genera empleo e ingresos en la localidad con una producción que bordea los cinco millones de pares de zapatos anuales. Se encuentran 60 fábricas de calzado, distribuidas tanto en el centro urbano como en áreas rurales como Vinces, Agua Santa, La Florida, Santa Rosa, San Pedro, Bellavista, La Unión y El Mirador (Turismo, 2023). De acuerdo con la DATA SEPS, para el año 2019 las ventas de las asociaciones representaron un indicador de rentabilidad sobre las ventas del 10,4%, para el 2020 un 53,8%, para el 2021 el porcentaje descendió al 8,0%, así mismo se evidencia que durante el periodo comprendido 2021 los ingresos y egresos representaron el 0,02% motivo por el cual no se presentó utilidad.

La importancia de las ventas en una empresa se destaca porque generan ingresos mediante actividades comerciales. Un proceso eficiente puede maximizar ingresos al aprovechar oportunidades de mercado y controlar costos asociados con clientes y operaciones. Además, un diseño adecuado reduce costos de adquisición al enfocarse en clientes potenciales rentables y optimizar recursos y logística.

De esta manera, la problemática de esta investigación radica en la revisión del proceso de ventas posterior a la pandemia que realizan las asociaciones de calzado ubicadas en el cantón Cevallos y como esto ha impactado en la rentabilidad financiera, brindando un instrumento importante de toma de decisiones para estos organismos, debido a su gran importancia dentro de la actividad económica local, es necesario comprender la dinámica propuesta para una eficiente toma de decisiones por parte de los directivos de las asociaciones.

1.1.1 Formulación del problema

Partiendo del planteamiento del problema se generó la siguiente interrogante: ¿Cómo incide el proceso de ventas en la rentabilidad de las asociaciones de productores de calzado del cantón Cevallos provincia de Tungurahua, período 2022?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

- Explicar el proceso de ventas y su impacto en la rentabilidad de las asociaciones de productores de calzado del cantón Cevallos provincia de Tungurahua, período 2022.

1.2.2 Objetivos específicos

- Diagnosticar el proceso de ventas de las asociaciones de productores de calzado del cantón Cevallos provincia de Tungurahua, período 2022.
- Calcular la rentabilidad de las asociaciones de productores de calzado del cantón Cevallos provincia de Tungurahua, período 2022.
- Comprobar el impacto del proceso de ventas en la rentabilidad de las asociaciones de productores de calzado del cantón Cevallos provincia de Tungurahua, período 2022.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Estado del arte

Para la ejecución de esta investigación se tomó como referencia las siguientes investigaciones, las cuales han sido seleccionadas debido a la relevancia y aporte al desarrollo de los objetivos planteados, en donde se destaca un marco comparativo que respalda la comprensión del tema y el enfoque metodológico dentro del contexto de estudio.

Antecedentes nacionales:

Según lo planteado por Frías (2019), en su trabajo investigativo denominado *“Planeación Estratégica de Mercado para el incremento de las ventas del Almacén de Electrodomésticos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “La Merced” Ltda.”*, establece como objetivo indagar que estrategias de marketing permitirán potencializar el volumen de las ventas para la empresa. Resultado de esto, se determina que no existe una debida estrategia de publicidad, para promociones información acerca de las distintas líneas de electrodomésticos existentes dentro del almacén y de esta manera poder dar mejor servicio a los clientes tanto de la cooperativa como de los consumidores externos, concluyendo que el almacén tiene un bajo nivel de ventas al no aplicar estrategias que ayuden a la empresa a su desarrollo y de esta manera llegar a brindar un servicio de calidad tanto a los clientes internos como los externos.

En el trabajo investigativo de Poaquiza (2019), denominado *“El proceso de ventas y su incidencia en la atención al cliente de la Empresa AUTOMOTORES HYUNDAI”* se planteó como objetivo analizar estrategias de servicio para incrementar la calidad de atención al cliente. Al final de la investigación el autor formula como conclusión que al aplicar las encuestas a los clientes se determinó que, una gran parte de los usuarios de la empresa Hyundai se fija más en la marca del vehículo al momento de la compra, mientras que en una minoría de usuarios, poco o nada influye en ellos la marca del vehículo para satisfacer su necesidad.

De acuerdo con Sánchez y Lazo (2019), en el trabajo de investigación titulado *“Determinantes de la rentabilidad empresarial en el Ecuador: Un análisis de corte transversal”*, con el objetivo de identificar las variables potencialmente responsables de generar rentabilidad en las firmas ecuatorianas. Como resultado, se determinó que las empresas de tamaño micro tienen mayores posibilidades de mejorar su rendimiento financiero cuando cuentan con recursos como personal capacitado, activos fijos, generación de ingresos y acceso al financiamiento tanto en instituciones públicas como privadas. Por otro lado, para mejorar el desempeño económico de las empresas consideradas medianas o grandes, además de los recursos mencionados, es necesario disponer de inventarios de materias primas y productos terminados. Sin embargo, la variable que representa la tecnología no parece contribuir significativamente al aumento de la probabilidad de

rentabilidad de una empresa, ya que las firmas tienden a realizar escasas inversiones en este ámbito.

Según lo expresado por Chico, Ruiz y Caicedo (2021), en su trabajo investigativo titulado *“Covid-19: efectos en la rentabilidad financiera de las grandes empresas del sector comercial del Ecuador”*, con el objetivo de medir el grado de afectación de la pandemia en la rentabilidad financiera de las empresas del sector comercial del Ecuador. El resultado muestra que rentabilidad financiera empresarial afectó significativamente debido a la irrupción de la pandemia, que resultó en pérdidas en las ventas, un crecimiento empresarial limitado y el cierre de empresas. Esta situación puso en riesgo los recursos propios y las inversiones de las empresas, generando un impacto negativo en su capacidad para generar beneficios y mantener su estabilidad financiera, los mismos indicaron una considerable volatilidad en los ratios financieros de rentabilidad, evidenciando un declive en indicadores clave como la rentabilidad del patrimonio, la rentabilidad del activo y la rentabilidad sobre las ventas, concluyendo que la participación del sector comercial en la economía nacional tiene un impacto del 9,55% en el Producto Interno Bruto.

De acuerdo con la investigación realizada por Arteaga y Molina (2022), denominada *“Gestión de ventas y su impacto en la rentabilidad del concesionario Metrocar”*, con el objetivo de analizar la gestión de venta y su impacto en la rentabilidad, se concluye que la empresa elabora sus estrategias de ventas mediante análisis comparativos de desempeño, fijando metas realistas que coinciden con las proyecciones previstas, y su nivel de competitividad se considera satisfactorio. Además, tanto la rentabilidad económica como la financiera indican que los activos generan retornos sobre la inversión y se obtienen ganancias para los propietarios. Sin embargo, se identificó una ineficiencia en la capacidad de convertir ventas en ganancias en Metrocar, a pesar de lograr un aumento en las ventas conforme a los objetivos establecidos, los costos operativos excesivos impactaron negativamente en la rentabilidad neta, resultando en una declaración del 0% de rentabilidad.

Antecedentes internacionales:

De acuerdo con Ávila (2020), en la investigación titulada *“Plan de gestión de ventas y su incidencia en la rentabilidad de la comercializadora Raíces Unidas, Trujillo 2019”*, se establece por objetivo examinar cómo la aplicación del plan comercial diseñado e implementado por la empresa a fines de 2018 afectó la rentabilidad en 2019. Para llevar a cabo este análisis, se emplearon entrevistas y el análisis de los estados financieros de la empresa como herramientas, concluyendo que la implementación de un plan de gestión de ventas mejora la rentabilidad de la empresa comercializadora.

Haciendo referencia a Antunez y Torres (2020), en el trabajo denominado *“El control de inventarios y su impacto en la rentabilidad de la empresa Distribuidora Quiro S.A.C., Puente Piedra, 2019”*, tiene por objetivo determinar el impacto del control de inventarios en la rentabilidad de la empresa. Los resultados muestran que la rotación de inventarios es crucial ya que ayuda a reducir los costos asociados y garantiza un control efectivo sobre los

niveles de existencias de productos destinados a satisfacer las necesidades de los clientes finales como parte del proceso de ventas, evitando así problemas futuros que podrían poner en peligro la rentabilidad de la empresa. En este caso, la falta de control de inventarios ha afectado a los propietarios de la ferretería debido a la falta de liquidez causada por la falta de registro adecuado de los faltantes y excedentes de inventario. Además, el personal no comunica los problemas relacionados con los movimientos diarios al área administrativa. Por otro lado, en el aspecto tributario, no se llevaba a cabo un reconocimiento ni un tratamiento contable adecuado de los gastos derivados de pérdidas y desperdicios.

En el trabajo desarrollado por Laurente (2020), denominado *“Análisis de la gestión de ventas y su incidencia en la rentabilidad de la empresa ALICORP S.A.A periodo 2012-2019”*, se establece por objetivo analizar la gestión de ventas y la incidencia en la rentabilidad de la organización comercial, determinando que, en términos generales, la gestión de ventas tiene un impacto positivo en la rentabilidad. Además, las ventas tienen una influencia significativa en la rentabilidad, así como el costo de ventas también afecta de manera importante la rentabilidad de la institución durante ese mismo período. Por último, la gestión de ventas ejerce una influencia significativa positiva en el retorno sobre el patrimonio (ROE).

Conforme a Del Carpio (2021), en la investigación titulada *“La gestión de ventas y la rentabilidad de las empresas ferreteras de la avenida San Martín de Porres de la ciudad de Cajamarca, 2021”*, con el objetivo de determinar de qué manera la gestión de ventas se relaciona con el nivel de rentabilidad de las empresas ferreteras. Los resultados mostraron que el 37.84% del personal calificó la gestión de ventas como buena, mientras que el 29.73% calificó la rentabilidad como buena. Como conclusión, se determinó que existe una relación significativa entre la gestión de ventas y la rentabilidad en las empresas ferreteras del sector.

Desde el punto de vista de Mendoza y Villacorta (2021), en la investigación titulada *“Estrategias de ventas para mejorar la rentabilidad de la empresa de distribuciones e inversiones CUBAS E.I.R.L., Chiclayo 2019”*, con el objetivo de determinar estrategias de ventas para incrementar la rentabilidad de la organización, concluyeron que la empresa presenta deficiencias en sus indicadores de rentabilidad. De igual manera, el rendimiento sobre activos muestra una falta de eficiencia e innovación en el uso de los activos de la organización, como tal, el rendimiento sobre el patrimonio neto refleja una menor capacidad de rentabilidad sobre los fondos propios. En cuanto al margen bruto, se evidencia un aumento en las actividades de la compañía en comparación con el año anterior. Sin embargo, en cuanto al margen neto, se señala la ausencia de un método de control en los costos, lo que afecta la capacidad de generar mayores ventas. Además, se revela que la empresa no ha desarrollado ni implementado estrategias de ventas.

2.2 El proceso de ventas

2.2.1 Conceptualización

El proceso de ventas es una secuencia estructurada de actividades diseñadas para guiar a los clientes potenciales desde el conocimiento inicial del producto o servicio hasta la adquisición final. Esto implica identificar prospectos, establecer conexiones, presentar soluciones que satisfagan las necesidades de las personas, manejar objeciones y cerrar la venta (Acosta et al., 2018). Todo este conjunto puede variar según la industria y el tipo de producto ofertado, pero a nivel general implica las etapas como la prospección, calificación, presentación, objeciones, cierre, entre otras.

Este proceso suele requerir un enfoque especializado, lo que sugiere que su desarrollo estratégico debe ser liderado por profesionales expertos, ya que implica una cuidadosa planificación de sus distintas etapas, reconociendo sus diferencias inherentes, sin embargo, solo una de cada cinco empresas implementa estos métodos para optimizar sus operaciones (Bertone, 2019). En una institución, las ventas representan el núcleo vital, ya que impulsan su economía y son clave para su rentabilidad, reflejando la relación entre los recursos invertidos y la utilidad generada por la actividad comercial. Este concepto es fundamental en cualquier actividad económica, buscando obtener resultados positivos mediante la interacción efectiva de materiales, insumos y recursos humanos.

La venta implica una serie de actividades estratégicamente diseñadas para incentivar la adquisición de un producto o servicio y no se limita a una sola acción aislada. Para que este proceso sea efectivo, es fundamental que no solo satisfaga las necesidades y deseos de los clientes, sino que también contribuya al logro de los objetivos empresariales. Por ello, resulta indispensable estructurar y organizar estas acciones dentro de un proceso bien definido que permita alcanzar resultados exitosos de manera consistente.

2.2.2 Estrategias efectivas de ventas

Según Ramos (2017), dentro del proceso de las ventas existe la presencia fundamental de las estrategias efectivas que básicamente son planes o enfoques diseñados para aumentar las ventas y mejorar la relación con los clientes, dentro de las cuales se encuentran las siguientes.

- **Enfoque consultivo:** se centra en comprender profundamente la necesidad, deseos y desafíos del cliente. En lugar de simplemente ofertar un producto o servicio, los vendedores adoptan un papel de asesor, buscando entender las circunstancias únicas de cada cliente. Esto se logra a través de la escucha activa, realizando preguntas sutiles y demostrando un conocimiento experto en el área.
- **Personalización:** implica adaptar las ofertas y recomendaciones a las necesidades específicas de cada cliente. Esta estrategia va más allá de simplemente ofrecer

opciones múltiples, sino que implica entender las preferencias individuales, en el contexto y las circunstancias únicas de cada cliente. Esto no solamente aumenta las posibilidades de cerrar una venta, sino también fortalece la relación a largo plazo.

- **Relación con el cliente:** cultivar las relaciones sólidas con los clientes implica mantener una comunicación abierta y transparente, estar disponible para responder preguntas y brindar apoyo continuo incluso después de que se haya realizado la venta. Al construir una relación de confianza y empatía con los demandantes, se fomenta la lealtad y se incrementan las oportunidades de ventas repetidas y referenciadas.

2.2.3 Etapas del proceso de ventas

De acuerdo con Stanton (2004), define el proceso de venta como "una secuencia lógica de cuatro pasos que emprende el vendedor para tratar con un comprador potencial y que tiene por objeto producir alguna reacción deseada en el cliente". Asimismo, existen cuatro pasos del proceso de venta contemplados a continuación.

a) Prospección

La fase de prospección o exploración es el primer paso del proceso de venta y consiste en la búsqueda de clientes en perspectiva; es decir, aquellos que aún no son clientes de la empresa pero que tienen grandes posibilidades de serlo. La prospección involucra un proceso de tres etapas que son las siguientes.

La primera es identificar a los clientes en perspectiva, en donde se responde a la pregunta: ¿Quiénes pueden ser nuestros futuros clientes? Para hallar clientes en perspectiva se puede acudir a diversas fuentes, como pueden ser las que se describen a continuación.

- Datos de la misma empresa.
- Referencias de los clientes actuales.
- Referencias que se obtienen en reuniones con amigos, familiares y conocidos.
- Empresas o compañías que ofrecen productos o servicios complementarios.
- Información obtenida del seguimiento a los movimientos de la competencia.
- Grupos o asociaciones.
- Periódicos y directorios.
- Entrevistas a posibles clientes.

La segunda etapa hace énfasis en calificar a los candidatos en función a su potencial de compra. Luego de identificar a los clientes en perspectiva se procede a brindar una calificación individual para determinar su importancia en función a su potencial de compra y el grado de prioridad que requiere de parte de la empresa y, o el vendedor. Algunos factores para calificar a los clientes en perspectiva son los siguientes.

- Capacidad económica.
- Autoridad para decidir la compra.
- Accesibilidad.
- Disposición para comprar.
- Perspectiva de crecimiento y desarrollo.

Finalmente, en la tercera etapa se elabora una lista de clientes en perspectiva, una vez calificados los clientes en perspectiva se elabora una lista donde son ordenados de acuerdo con su importancia y prioridad. Cabe destacar que la lista de clientes en perspectiva es un patrimonio de la empresa no del vendedor y debe ser constantemente actualizada para ser utilizada en cualquier momento y por cualquier persona autorizada por la empresa.

b) El acercamiento previo o "pre - entrada"

Luego de elaborada la lista de clientes en perspectiva se ingresa a la fase que se conoce como acercamiento previo o pre - entrada que consiste en la obtención de información más detallada de cada cliente en perspectiva y la preparación de la presentación de ventas adaptada a las particularidades de cada cliente. Esta fase involucra el siguiente proceso.

En la etapa primera, hace referencia a la investigación de las particularidades de cada cliente en perspectiva, en donde se busca información más específica del cliente en perspectiva, como pueden ser las siguientes.

- Nombre completo.
- Edad aproximada.
- Sexo.
- Estado civil.

Adicionalmente, también es necesario buscar información relacionada con la parte comercial como pueden ser las que se detallan a continuación.

- Productos similares que usa actualmente.
- Motivos por el que usa los productos similares.
- Qué piensa de ellos.
- Estilo de compra.

En la etapa dos, la preparación de la presentación de ventas enfocada en el posible cliente considera que con la información del cliente en las manos se prepara una presentación de ventas adaptada a las necesidades o deseos de cada cliente en perspectiva. Para esto, se sugiere elaborar una lista de todas las características que tiene el producto, luego se las convierte en beneficios para el cliente y finalmente se establece las ventajas con relación a

la competencia. También es necesario planificar una entrada que atraiga la atención del cliente, las preguntas que mantendrán su interés, los aspectos que despertarán su deseo, las respuestas a posibles preguntas u objeciones y la forma en la que se puede efectuar el cierre induciendo a la acción de comprar.

Por último, en la tercera etapa hace referencia en la obtención de la cita o planificación de las visitas en frío, la cual, dependiendo de las características de cada cliente, se toma la decisión de solicitar una cita por anticipado (muy útil en el caso de gerentes de empresa o jefes de compra).

c) La presentación del mensaje de ventas

La presentación del mensaje de ventas debe ser adaptado a las necesidades y deseos de los clientes en perspectiva. En la actualidad, ya no funcionan aquellas presentaciones "enlatadas" en las que el vendedor tenía que memorizarlas para luego "recitarlas" ante el cliente (quién asumía una posición pasiva). La adaptación debe promover una participación de los clientes para lograr algo más importante que la venta misma. La presentación del mensaje de ventas se basa en una estructura basada en tres pilares fundamentales.

- Las características del producto: lo que es el producto en sí, sus atributos.
- Las ventajas: aquello que lo hace superior a los productos de la competencia.
- Los beneficios que obtiene el cliente: aquello que busca el cliente de forma consciente o inconsciente.

Finalmente, el cierre de venta ya no es una tarea que se deja al final de la presentación, es decir que el famoso cerrar con broche de oro pasó a la historia. Hoy en día, el cierre debe efectuarse ni bien exista un indicio de compra por parte del cliente, y eso puede suceder inclusive al principio de la presentación.

d) Servicios posventa

Los servicios de posventa tienen el objetivo de asegurar la satisfacción e incluso la complacencia del cliente. Es en esta etapa donde la empresa puede dar un valor agregado que no espera el cliente pero que puede ocasionar su lealtad hacia la marca o la empresa. Los servicios de posventa pueden incluir todas o algunas de las siguientes actividades.

- Verificación de que se cumplan los tiempos y condiciones de envío.
- Verificación de una entrega correcta.
- Instalación.
- Asesoramiento para un uso apropiado.
- Garantías en caso de fallas de fábrica.
- Servicio y soporte técnico.

- Posibilidad de cambio o devolución en caso de no satisfacer las expectativas del cliente.
- Descuentos especiales para compras futuras.

2.2.4 Importancia del proceso de ventas

El proceso de ventas es un elemento vital para el éxito y la sostenibilidad de cualquier empresa. Este proceso no solo implica la transacción de bienes o servicios por dinero, sino que también abarca una serie de actividades estratégicas y tácticas que son fundamentales para el crecimiento y la rentabilidad de la organización (Robledo, 2014).

En primer lugar, el proceso de ventas es la principal fuente de ingresos para la mayoría de las empresas. A través de una ejecución eficiente y efectiva de este proceso, las organizaciones pueden generar ingresos de manera constante y predecible, lo que es esencial para cubrir los costos operativos y alcanzar los objetivos financieros. Además, el proceso de ventas es crucial para establecer y mantener relaciones sólidas con los clientes. Al comprender las necesidades y deseos de estos, los equipos de ventas pueden adaptar sus enfoques y ofrecer soluciones personalizadas que satisfagan las demandas del mercado. Estas relaciones sólidas no solo conducen a ventas repetidas, sino que también generan referencias y recomendaciones, lo que contribuye al crecimiento orgánico de la empresa.

Cabe recalcar que facilita la mejora continua de la empresa, al analizar y evaluar constantemente el desempeño del equipo de ventas, las estrategias y los resultados obtenidos, las organizaciones pueden identificar áreas de oportunidad y realizar ajustes para optimizar el proceso de ventas. Esta capacidad de adaptación y mejora continua es fundamental en un entorno empresarial en constante cambio y evolución.

También ha sido considerado como un componente integral del éxito empresarial, ya que no solo impulsa los ingresos y establece relaciones con los clientes, sino que también proporciona una valiosa retroalimentación del mercado y facilita la mejora continua de la organización. Por lo tanto, invertir en el desarrollo y la optimización del proceso de ventas es esencial para garantizar la competitividad y el crecimiento sostenible de cualquier empresa.

2.2.5 Estrategias de ventas aplicadas en pequeñas y medianas empresas (PYMEs)

Las PYMEs han implementado herramientas digitales, como redes sociales y marketing en línea, para ampliar su alcance, además, la digitalización y el uso de plataformas como Facebook, Instagram y Google Ads les permiten mejorar su visibilidad y captar nuevos clientes con recursos limitados (Chaffey y Ellis, 2022). Del mismo modo, las PYMEs pueden sobresalir frente a competidores más grandes mediante la personalización, ofreciendo productos o servicios ajustados a las necesidades particulares de los clientes, lo que les permite generar lealtad y diferenciarse en el mercado (Gilmore et al., 2020).

La atención individualizada y el establecimiento de relaciones firmes con los clientes son fundamentales para las PYMEs, tal como lo menciona Zeithaml et al. (2023), el cual subrayan que enfocarse en la satisfacción del cliente puede resultar en una mayor retención y en ventas recurrentes, lo que es clave para un crecimiento sostenido. De la misma manera, Simmons et al. (2021), proponen que las PYMEs pueden obtener ventajas mediante alianzas estratégicas con otras empresas o instituciones para ampliar su alcance y entrar en nuevos mercados, permitiendo así compartir tanto recursos como riesgos.

2.2.6 Técnicas de ventas efectivas en la industria del calzado

En la industria del calzado existen diversas técnicas de ventas que se enfocan en maximizar la experiencia del cliente, fortalecer la marca y así, optimizar la presencia en múltiples canales de distribución. Una de las técnicas propuesta por Levy y Weitz (2022) es la experiencia personalizada en tienda, la cual consiste en que los vendedores que han sido capacitados ofrezcan recomendaciones a los clientes basadas en las necesidades y preferencias que estos mantengan y así, se logre aumentar la satisfacción y las tasas de conversión. Se adiciona que el uso de la tecnología como scanner de pies y análisis de patrones de compra puede enriquecer esta experiencia.

Otra de las estrategias es la venta cruzada (Cross-Selling) la cual se caracteriza por ofrecer productos complementarios como calcetines, plantillas o productos de limpieza, lo cual puede aumentar las ventas promedio por cliente. Estas sugerencias deben estar alineadas con el estilo o las necesidades específicas del cliente para ser percibidas como valiosas (Kotler y Keller, 2020). Asimismo, la estrategia omnicanal que es la integración de plataformas de venta tanto físicas como digitales mejoran esta experiencia. Según Verhoef et al. (2021) determinan que las empresas de calzado que ofrecen un servicio coherente tanto en tiendas físicas como en línea logran mayor lealtad de los clientes, lo cual incluye la posibilidad de realizar compras en línea y recogida en tienda o el acceso a devoluciones.

Por otro lado, la estrategia Storytelling y marketing de marca que es una técnica eficaz para conectar emocionalmente con los clientes, en donde las marcas comunican una historia auténtica sobre la calidad, sostenibilidad o tradición de sus productos, generan lealtad a largo plazo y logran diferenciarse dentro de la competencia (Pulizzi, 2021). Argumentando a esta estrategia, se puede utilizar una técnica complementaria que es la demostración del producto, en donde se muestre las características clave como la comodidad, durabilidad y estilo del calzado, esto va a despertar una sensación positiva al momento en que los clientes valoren el producto y estén dispuestos a comprar (Dibb et al., 2020).

2.2.7 Rol del personal de ventas en la optimización de procesos

El rol del equipo de ventas es fundamental en la optimización de procesos para aumentar la eficiencia y efectividad de las operaciones comerciales, ya que funcionan como un vínculo entre la empresa y el cliente, detectando oportunidades de mejora en cada fase del ciclo de ventas. Consecuentemente, la retroalimentación para la mejora continua

constituye uno de los aspectos clave, ya que el personal de ventas, al estar en contacto directo con los clientes, detectan fallos en el servicio, productos o procesos internos, y esta información es valiosa para optimizar el ciclo de ventas y producción (Johnston y Marshall, 2022).

Otro rol que cumple el personal de ventas es la automatización y uso de CRM (Customer Relationship Management), al integrar la automatización en la gestión de relaciones con los clientes, los vendedores optimizan el seguimiento de leads, análisis de datos y las interacciones personalizadas, lo que mejora tanto la productividad como la satisfacción del cliente (Buttle y Maklan, 2019). Del mismo modo, la colaboración interdepartamental facilita la relación entre los equipos de marketing, producción y servicio al cliente, en el cual, según Ingram et al., (2020) establece que el equipo de ventas no solo debe estar centrados a vender los productos, sino también coordinar con otros departamentos para optimizar la entrega y satisfacción del cliente, mejorando de esta manera la eficiencia operativa en toda la cadena de valor.

Por otro lado, la optimización de los procesos de ventas se puede lograr a través de capacitación continua del personal de atención al cliente, ya que si están preparados pueden cerrar ventas de manera más rápida y eficiente, disminuyendo el ciclo de ventas (Darmon y Martin, 2020). Complementando estos roles, en la actualidad los vendedores tienen acceso a herramientas de análisis que les permiten identificar patrones y predecir tendencias de compra, ya que al integrar el análisis de datos en las actividades de mercadeo, los vendedores pueden optimizar las estrategias de ventas y mejorar la asignación de recursos, lo que impacta positivamente en la eficiencia de los procesos comerciales (Zoltners, Sinha y Lorimer, 2021).

2.3 La rentabilidad

2.3.1 Conceptualización

Es una medida financiera que indica la capacidad de una inversión o de una empresa para generar ganancias en relación con los recursos empleados. Es decir, mide la capacidad de obtener un retorno o beneficio económico a partir de una actividad o inversión determinada. Esto se expresa típicamente como un porcentaje o una tasa de retorno sobre la inversión y el cálculo se obtiene de diversas formas según el contexto (Anderson et al., 2016).

La rentabilidad es un principio esencial en el ámbito empresarial que indica la capacidad de una compañía para obtener beneficios a partir de sus actividades y recursos, es un indicador fundamental del éxito financiero y la eficacia operativa de una empresa. Se calcula típicamente como la relación entre los ingresos generados y los costos incurridos durante un período determinado, expresado como un porcentaje conocido como margen de rentabilidad o retorno sobre la inversión (ROI) (Contreras, 2006).

Un nivel alto de rentabilidad sugiere que la empresa está generando ingresos considerables en comparación con sus costos, lo que indica una gestión eficiente de los recursos y una ventaja competitiva en el mercado. Por el contrario, una rentabilidad baja o negativa puede indicar problemas operativos, ineficiencias o una demanda insuficiente de los productos o servicios ofrecidos.

2.3.2 Tipos de rentabilidad

Dentro de la literatura financiera existen diversos tipos de rentabilidad que se analizan al momento de obtener indicadores en la información financiera de las corporaciones. A continuación se presentan los tres tipos más utilizados en diversas investigaciones como son la rentabilidad económica, financiera y operativa.

- **Rentabilidad económica:** mide la capacidad de una empresa para generar beneficios a partir de sus activos, en este caso corresponde a la eficiencia en la utilización de los recursos propios de la entidad (Ross, Westerfield y Jaffe, 2019). El cálculo se lo obtiene a partir de la división entre el beneficio neto entre los activos totales, lo que indica el grado de utilización de los activos para generar ingresos.
- **Rentabilidad financiera:** mide la rentabilidad obtenida sobre el capital propio, es decir, es el beneficio que los accionistas obtienen sobre la inversión (Brealey, Myers y Allen, 2020). Para obtener este indicador se divide el beneficio neto entre el patrimonio neto, convirtiéndose en un indicador clave de rentabilidad desde la perspectiva de los accionistas.
- **Rentabilidad operativa:** se enfoca en el rendimiento generado por las operaciones del negocio en relación con las inversiones ejecutadas (Gitman y Zutter, 2021). Este indicador se presenta como el cálculo del beneficio operativo antes de impuesto entre el capital invertido.

2.3.3 Principales indicadores de rentabilidad

Los indicadores de rentabilidad son medidas financieras utilizadas para evaluar la capacidad de una inversión, proyecto o empresa para generar ganancias en relación con los recursos invertidos o empleados, los mismos que proporcionan información clave sobre la eficiencia y la efectividad de una entidad en la generación de beneficios. Los indicadores más relevantes se presentan a continuación y la forma de cálculo (Palomares y Peset, 2015).

- **Margen de beneficio:** muestra la proporción de beneficio neto obtenido por una empresa en relación con sus ingresos totales. Es uno de los más importantes que se revisa ya que permite evaluar la eficiencia operativa y la rentabilidad de una asociación. Para calcular este indicador se utiliza la siguiente fórmula.

$$\text{Margen de beneficio} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Ingresos totales}} * 100$$

En donde, el beneficio neto es la cantidad de dinero que la empresa obtiene después de deducir todos los gastos, impuestos e intereses, y los ingresos totales es el conjunto final de ingresos generados por la empresa a través de las actividades económicas ejecutadas.

- **Retorno de la inversión (ROI):** evalúa la rentabilidad de una inversión en relación con su costo inicial, este indicador se expresa típicamente como un porcentaje o una tasa de retorno y se utiliza para determinar la eficacia y el rendimiento de una inversión. La fórmula para calcular el ROI es la siguiente.

$$\text{ROI} = \frac{\text{Beneficio neto} - \text{Costo de la inversión}}{\text{Costo de la inversión}} * 100$$

En donde, el beneficio neto es la ganancia total obtenida como resultado de la inversión es el monto total gastado en la inversión, en donde se considera todos los costos asociados como el costo inicial, mantenimiento y otros gastos relacionados.

- **Punto de equilibrio:** es el nivel de actividad en el que los ingresos totales son iguales a los costos totales, lo que resulta en un beneficio neto de cero. Es decir, es el punto en el que una empresa no tiene ni ganancias ni pérdidas. El cálculo se realiza con la siguiente fórmula.

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Precio de venta unitario} - \text{Costo variable unitario}} * 100$$

En donde, los costos fijos totales son los costos que no cambian independientemente del nivel de producción o ventas, el precio de venta unitario es el precio al cual se vende cada unidad del producto y el costo variable es la cantidad monetaria asociada a la producción de cada unidad del producto.

2.3.4 Cálculo de la rentabilidad en industrias del calzado

De acuerdo con Chacón (2007), la rentabilidad en la industria del calzado se calcula de manera similar al de las demás industrias, principalmente se centra en los ingresos y costos asociados con la fabricación y venta de calzado siguiendo el siguiente proceso.

a) Ingresos totales

Incluir todas las ventas de calzado realizadas por la empresa durante un periodo determinado, se realiza una sumatoria de los ingresos obtenidos por la venta de todos los tipos de calzado fabricados y vendidos.

b) Costos de producción

Se incluye todos los costos asociados con la fabricación de calzado, es decir, se suman los materiales directos e indirectos, mano de obra directa, costos de fabricación, costos de distribución y operacionales.

c) Gastos generales y administrativos

Adicional a los costos anteriores, se debe tomar en cuenta los gastos generales y administrativos, como los salarios del personal de oficina, costos de marketing y publicidad, alquiler de instalaciones, impuestos, entre otros.

d) Beneficio neto

Se obtiene a partir de la diferencia entre los ingresos totales menos los costos totales asociados, resultando el beneficio total que queda después de cubrir todos los costos operativos.

e) Margen de beneficio o rentabilidad

Al finalizar el proceso, el margen de beneficio se lo calcula dividiendo el beneficio neto entre los ingresos totales y multiplicando por 100 el resultado, obteniendo un porcentaje que mide cuanto de cada ingreso de venta realizado se convierte en beneficio neto.

2.3.5 Factores que afectan la rentabilidad en las asociaciones de calzado

Los factores que influyen en la rentabilidad de las asociaciones de calzado incluyen principalmente la eficiencia operativa, la gestión de costos y la innovación en diseño y distribución. La eficiencia operativa se refiere a la optimización de recursos para reducir costos y aumentar la producción, lo cual resulta clave para mejorar los márgenes de beneficio. Además, una adecuada gestión de costos, como la reducción en la compra de insumos y el control de gastos generales, permite a las empresas competir en mercados con márgenes estrechos. Según Kotler y Keller (2020), la capacidad de innovar en el diseño y la diferenciación del producto impacta directamente en la percepción del valor por parte del cliente, lo que facilita fijar precios más altos y mejorar la rentabilidad.

Asimismo, la estructura del mercado y las estrategias de comercialización desempeñan un papel crucial en la rentabilidad de estas asociaciones. En mercados con alta competencia, la diferenciación mediante el branding y el servicio al cliente es esencial para mantener la rentabilidad a largo plazo, como señala Porter (2021).

2.3.6 Características de las asociaciones de calzado en Ecuador

En Ecuador, las asociaciones de calzado se caracterizan por estar compuestas mayoritariamente por pequeñas y medianas empresas (PYMEs), las cuales operan en un mercado muy competitivo. Suelen estar integradas por fabricantes que se dedican tanto a la producción artesanal como a la producción en masa, lo que permite adaptarse a las demandas del mercado local e internacional. Según Maldonado y Romero (2020), la mayoría de las asociaciones que producen calzado se concentran en la provincia de Tungurahua donde la manufactura del calzado se constituye como la actividad económica más relevante por décadas, y donde la generación de empleo contribuye al éxito de la población local.

Otra de las características que sobresalen es el limitado acceso a financiamiento y de tecnología, lo que impacta en la capacidad de crecimiento y modernización. En esta línea, Ochoa y Hernández (2019) determinan que la gran parte de las asociaciones enfrentan la dificultad de acceder a créditos con tasas accesibles, limitando la innovación y expansión. La integración de estos mecanismos permite ejecutar una producción más sofisticada y mejorar las estrategias de marketing digital para competir en el mercado.

2.4 Modelo de negocio de las asociaciones de calzado

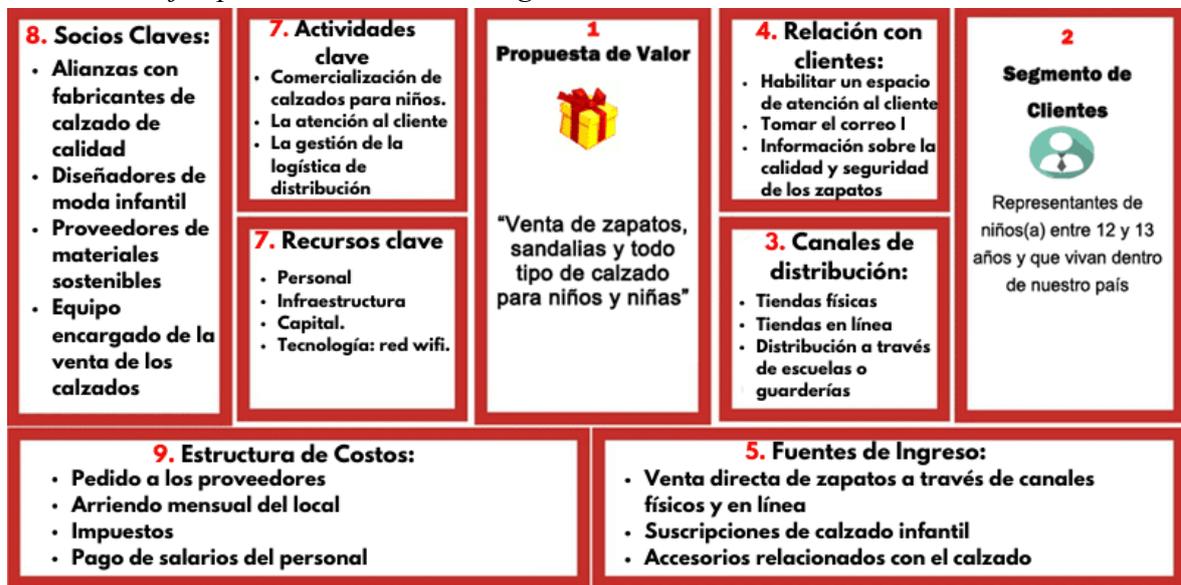
Las asociaciones de calzado son organizaciones formadas por artesanos en la rama del sector que tienen como objetivo principal promover los intereses comunes de la industria y mejorar su competitividad. Según Vargas (2020), el modelo de negocio de estas asociaciones varía dependiendo de su enfoque y las necesidades específicas de los miembros, pero generalmente incluyen los siguientes elementos.

- **Promoción y representación:** hace referencia a promover y representar los intereses del sector ante instituciones gubernamentales, organismos reguladores, y otras entidades relevantes. Esto puede incluir la defensa de políticas favorables para la industria, la participación en la elaboración de regulaciones, y la representación en negociaciones comerciales.
- **Fomento de la colaboración:** facilitar la colaboración entre empresas del sector, originando el intercambio de conocimientos, mejores prácticas, y oportunidades de cooperación. Esto puede incluir la organización de eventos de networking, la creación de plataformas de intercambio de información, y la promoción de proyectos de investigación y desarrollo colaborativos.
- **Capacitación y desarrollo profesional:** gran cantidad de asociaciones ofrecen programas de capacitación y desarrollo profesional para sus miembros, con el objetivo de mejorar la calidad y la competitividad de la industria. Estos programas pueden incluir cursos de formación técnica, seminarios sobre tendencias de mercado, y programas de mentoría.

- **Promoción comercial:** organizar ferias, exposiciones y eventos comerciales para promover los productos de sus miembros y facilitar el acceso a nuevos mercados. También pueden ofrecer servicios de promoción y marketing, como la participación en campañas publicitarias conjuntas o la creación de catálogos de productos.

En cuanto a la estructura organizativa de las asociaciones de calzado, suelen estar compuestas por una junta directiva de representantes de las empresas miembros, que eligen a un presidente o director ejecutivo para dirigir las operaciones diarias. Además, cuentan con comités o grupos de trabajo especializados en áreas como comercio exterior, innovación tecnológica, responsabilidad social empresarial, entre otros. A nivel general, la composición de la estructura organizativa está diseñada de la siguiente manera.

Gráfico 1. Ejemplo de un modelo de negocio en la industria del calzado



Nota. Extraído de Empeñe-fácil.

2.5 La colaboración entre las asociaciones de calzado

La asociatividad desempeña un papel crucial en la colaboración entre fabricantes, distribuidores y minoristas dentro de la industria del calzado. En primer lugar, actúan como facilitadores de la comunicación y la coordinación entre estos actores, proporcionando plataformas para el intercambio de información y la resolución de problemas comunes. Además, las asociaciones ayudan a establecer estándares de calidad, éticos y de sostenibilidad que benefician a toda la cadena de valor, desde la producción hasta la venta al consumidor final.

De la misma manera, organizar eventos, ferias y exposiciones que reúnen a fabricantes, distribuidores y minoristas, proporciona oportunidades únicas para establecer contactos comerciales, explorar nuevas colaboraciones y conocer las últimas tendencias del mercado. Esta colaboración fomentada por las asociaciones contribuye a mejorar la eficiencia operativa, la competitividad y el crecimiento sostenible de todos los actores

involucrados en la industria del calzado, creando un entorno propicio para el desarrollo de relaciones comerciales sólidas y beneficiosas para todos.

2.6 Impacto de las estrategias de ventas en la rentabilidad

La utilidad que tiene la implementación de estrategias de ventas es muy importante, ya que diversas investigaciones sobre el tema lo demuestran con una comprobación científica. Tal como lo menciona Martínez (2017), en donde destaca la relevancia que atribuye a la correcta implementación de la estrategia de ventas con el fin de mejorar la rentabilidad de sus empresas. Además, según la opinión de estos mismos encuestados, se sostiene que el uso de estrategias comerciales más apropiadas permitirá elevar la competitividad de las compañías. En este sentido, se apunta a desarrollar medios de publicidad, fortalecer el posicionamiento de la marca, explorar nuevos mercados y garantizar que el producto ofrecido satisfaga las expectativas del consumidor mediante técnicas de sondeo de mercado, aspectos que no se aplican completamente en la actualidad. Asimismo, se señala la falta de un control y seguimiento constante de las estrategias previamente establecidas, lo que impide alcanzar una mayor efectividad en la consecución de los objetivos planteados y en la evaluación oportuna de la estrategia definida.

De acuerdo con Costain y Morejón (2017), con el objetivo de aumentar las ventas, plantearon la reducción del costo de fabricación del calzado mediante la incorporación de maquinaria que agilice y optimice la producción, junto con mejoras en la estrategia publicitaria para ampliar la visibilidad del producto ante un público más amplio. Asimismo, al incrementar la producción de calzado, la empresa busca promover el producto mediante herramientas digitales como las redes sociales, así como aprovechar promociones durante periodos de alta demanda, publicidad en eventos y el empleo de promotores, con el fin de fomentar una mayor interacción con los clientes. De esta manera, se anticipa que los nuevos diseños de calzado serán promocionados mediante enfoques digitales o un renovado plan de marketing.

2.7 Relación entre la eficacia del proceso de ventas y los resultados financieros a largo plazo

De acuerdo con Calderón y Domínguez (2019), la relación entre la eficacia del proceso de ventas y los resultados financieros es fundamental para el éxito sostenible de una empresa, ya que un proceso de ventas efectivo puede tener varios impactos positivos a largo plazo como los que se describen a continuación.

a) Generación de ingresos consistentes

Un proceso de ventas eficaz puede llevar a una mayor generación de ingresos al convertir más clientes potenciales en clientes reales. Al enfocarse en identificar y satisfacer las necesidades de los clientes de manera efectiva, se pueden cerrar más ventas y aumentar los ingresos de la empresa.

b) Retención de clientes

Las ventas no solo se tratan de cerrarlas, sino también de construir relaciones sólidas con los clientes. Esto puede conducir a una mayor lealtad del cliente y a una mayor retención a largo plazo. Los clientes satisfechos tienden a regresar y a realizar compras repetidas, lo que contribuye a ingresos constantes y estables en el tiempo.

c) Reducción de costos

Un proceso eficaz ayuda a reducir los costos asociados con la adquisición de clientes, al optimizar las actividades de ventas como la prospección, la calificación de leads y el cierre de ventas, se pueden minimizar los costos de adquisición por cliente, lo que aumenta la rentabilidad a largo plazo.

d) Mejora de la reputación de la marca

Se enfoca en proporcionar valor y satisfacer las necesidades del cliente puede mejorar la reputación de la marca en la que, si es positiva puede atraer a nuevos clientes y fortalecer las relaciones con los existentes, lo que contribuye a un crecimiento continuo y sostenible de la empresa a lo largo del tiempo.

Es así como la eficacia del proceso de ventas está estrechamente relacionada con los resultados financieros a largo plazo de una empresa. Un proceso bien ejecutado puede impulsar el crecimiento de los ingresos, mejorar la retención de clientes, reducir costos y fortalecer la reputación de la marca, lo que conduce a una mayor rentabilidad y éxito a largo plazo.

2.8 La tecnología en el proceso de ventas

La incorporación de nuevas tecnologías resulta fundamental para que una empresa pueda consolidarse y mantenerse competitiva en el mercado. Al gestionar de manera efectiva los canales de comunicación, distribución y herramientas tecnológicas para optimizar los procesos internos, se abren oportunidades para que las empresas puedan desarrollar ventajas diferenciales frente a sus rivales. La tecnología posibilita tanto la automatización como la miniaturización, lo cual conlleva a la reducción de los costos de los productos y habilita a las empresas para atender a nuevos mercados. Las innovaciones disruptivas en todos los sectores comerciales han dado lugar a la oferta de productos más asequibles (Vilcacundo y Bonilla, 2024).

Los avances no han impactado en una sola área de las empresas. La innovación y el progreso en herramientas tecnológicas han creado numerosas oportunidades para mejorar la eficiencia y rapidez de los procesos en todas las áreas empresariales. Por lo tanto, sin importar la naturaleza de la actividad de la empresa, su capacidad de aprendizaje puede

seguir creciendo de manera continua, lo que ayuda a evitar los errores típicos y los obstáculos en el camino. El impacto de las nuevas tecnologías ha desencadenado una revolución en las actividades comerciales en los últimos años. La adopción de estas herramientas innovadoras ha brindado a las empresas la oportunidad de posicionarse de manera más efectiva en los mercados.

2.9 Desafíos y oportunidades en el proceso de ventas

En el ámbito del proceso de ventas se presentan una serie de desafíos y oportunidades que inciden directamente en el éxito de las estrategias comerciales de las empresas. Estos desafíos van desde la identificación y captación de clientes potenciales hasta la negociación y cierre de acuerdos. Sin embargo, cada desafío también representa una oportunidad para mejorar las habilidades de venta, adaptarse a las demandas del mercado y aprovechar las nuevas tecnologías para optimizar el proceso de ventas. En este sentido, Johnson y Marshall (2015) determinan que es importante comprender los obstáculos y las posibilidades que surgen en el camino hacia el cumplimiento de los objetivos comerciales y cómo enfrentarlos de manera efectiva para alcanzar el éxito empresarial.

En cuanto a los desafíos, en algunos mercados la competencia es intensa, lo que dificulta destacarse entre otros competidores y captar la atención de los clientes potenciales. Los clientes están cada vez más informados y exigentes, lo que requiere que los vendedores se adapten constantemente para satisfacer sus necesidades y expectativas en evolución. En esta línea, algunos productos o servicios pueden tener ciclos de ventas largos, lo que significa que puede llevar mucho tiempo convertir un cliente potencial en una venta, lo que representa un desafío para mantener la motivación y la perseverancia.

Otra de las circunstancias adversas es que los vendedores suelen estar bajo presión para alcanzar y superar objetivos de ventas, lo que puede generar estrés y afectar su desempeño. Asimismo, la pandemia de COVID-19 ha cambiado drásticamente la forma en que las personas compran, lo que ha generado desafíos adicionales para los vendedores en términos de adaptarse a nuevas formas de venta y mantener la conexión con los clientes.

De la misma manera, las nuevas tecnologías, como el análisis de datos, el aprendizaje automático y la inteligencia artificial proporcionan herramientas poderosas para mejorar la eficacia del proceso de ventas y la experiencia del cliente. Con esto se puede brindar mediante una herramienta de personalización de las ofertas y el servicio al cliente lo cual puede diferenciar a una empresa de sus competidores y aumentar la lealtad del demandante. Brindar una experiencia excepcional al cliente genera recomendaciones positivas, aumentar la retención de clientes y mejorar la imagen de la marca.

Por otro lado, la diversificación de los canales de ventas, como en línea, de manera directa y a través de socios comerciales, puede abrir nuevas oportunidades de mercado y llegar a una gama más amplia de clientes. Invertir en el desarrollo de estas habilidades mejora

la capacidad de los vendedores para superar desafíos y capitalizar oportunidades en el proceso de ventas.

2.10 Relación entre proceso de ventas y la rentabilidad

Villacrés et al. (2022) señalan que la relación entre el proceso de ventas y la rentabilidad de una empresa es de vital importancia y puede tener un impacto significativo en su éxito a largo plazo. Un proceso de ventas efectivo y bien gestionado puede influir en la rentabilidad de varias maneras:

- **Generación de ingresos:** el proceso de ventas es el principal impulsor de los ingresos de una empresa. Un proceso de ventas eficiente y efectivo puede aumentar la cantidad de ventas cerradas y, por lo tanto, los ingresos generados. Esto se logra mediante la identificación de oportunidades de venta, el establecimiento de relaciones con los clientes y la presentación de soluciones que satisfagan sus necesidades.
- **Optimización de costos:** Un proceso de ventas bien estructurado puede contribuir a la optimización de costos. Al comprender mejor las necesidades y preferencias de los clientes, una empresa puede dirigir sus esfuerzos de ventas hacia segmentos de mercado más rentables. Esto puede reducir los costos asociados con la adquisición de clientes y aumentar la eficiencia de las actividades de ventas y marketing.
- **Eficiencia operativa:** Un proceso de ventas eficiente puede mejorar la eficiencia operativa de una empresa. Esto se logra mediante la implementación de herramientas y tecnologías que automatizan tareas repetitivas, la capacitación adecuada del personal de ventas para maximizar su rendimiento y la implementación de procesos claros y eficientes que minimizan el tiempo y los recursos dedicados a cada venta.
- **Fidelización de clientes:** Un proceso de ventas orientado al cliente puede contribuir a la fidelización y retención de clientes. Proporcionar una experiencia de compra positiva y satisfactoria puede aumentar la lealtad del cliente, lo que resulta en ventas repetidas y recomendaciones boca a boca. Esto puede reducir los costos de adquisición de clientes y aumentar el valor del ciclo de vida del cliente, lo que contribuye a una mayor rentabilidad a largo plazo.

2.11 Legislación aplicable al sector calzado en Ecuador

En el análisis de la legislación que es aplicable al sector del calzado en el Ecuador se presentan algunos aspectos legales que rige a las actividades productivas de bienes en el país, descritos a continuación.

2.11.1 Constitución de la República del Ecuador

La Constitución garantiza el derecho de los ciudadanos a realizar actividades económicas fundamentales para el desarrollo de la nación. En el Título VI, denominado “Régimen de desarrollo”, el artículo 276 establece que la política económica tendrá como propósito lo siguiente:

- Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémica.
- Promocionar la incorporación de valor agregado con máxima eficiencia.
- Mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel.
- de producción y empleo sostenibles en el tiempo.
- Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios
- en mercados transparentes y eficientes.
- Impulsar un consumo social.

Con relación con las formas de organización de la producción y su gestión, el artículo 319 reconoce diversas modalidades de organización económica, incluyendo las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. Por su parte, el artículo 322 establece que el Estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad en sus diferentes formas: pública, privada, comunitaria, estatal, asociativa, cooperativa y mixta.

Respecto a los factores de producción, el artículo 334 señala que corresponde al estado ecuatoriano:

- Evitar la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, promover su redistribución y eliminar privilegios o desigualdades en el acceso a ellos.
- Desarrollar políticas de fomento a la producción nacional en todos los sectores, en especial para garantizar la soberanía alimentaria y la soberanía energética, generar empleo y valor agregado.
- Promover los servicios financieros públicos y la democratización del crédito.

2.11.2 Legislación tributaria

- La aplicación del Régimen para Emprendedores y Negocios Populares (RIMPE) Implementado en 2022, el RIMPE busca simplificar las obligaciones tributarias para microempresarios y emprendedores, aplicando una tarifa del 2% sobre los ingresos brutos. Este régimen es aplicable a pequeñas empresas del sector calzado que cumplan con los requisitos establecidos.
- Aranceles a la Importación de Calzado, la Resolución No. 019-2019 del Comité de Comercio Exterior (COMEX) establece aranceles específicos para la importación de calzado, con el objetivo de proteger la industria nacional. Esta medida afecta

directamente al sector calzado en términos de costos de importación y competitividad.

2.11.3 Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 080 (1R): “Etiquetado de calzado”

Este reglamento técnico de Ecuador determina las condiciones que debe cumplir el etiquetado del calzado, ya sea de producción nacional o importado, destinado a la comercialización en el país, con el propósito de evitar prácticas que puedan confundir o engañar a los consumidores.

Es aplicable a los productos de calzado nuevos que se vendan en Ecuador, ya sean de origen nacional o importado, y que estén incluidos en las subpartidas arancelarias especificadas a continuación.

Tabla 2 Subpartidas arancelarias del calzado

CLASIFICACIÓN	DESIGNACIÓN DEL PRODUCTO / MERCANCÍA
Capítulo 64	Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos
64.01	Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o plástico, cuya parte superior no se haya unido a la suela por costura o por medio de remaches, clavos, tornillos, espigas o dispositivos similares, ni se haya formado con diferentes partes unidas de la misma manera.
6401.10.00.00	- Calzado con puntera metálica de protección
	- Los demás calzados:
6401.92.00.00	-- Que cubran el tobillo sin cubrir la rodilla
6401.99.00.00	-- Los demás
64.02	Los demás calzados con suela y parte superior de caucho o plástico.
	- Calzado de deporte:
6402.19.00.00	-- Los demás
6402.20.00.00	- Calzado con la parte superior de tiras o bridas fijas a la suela por tetones (espigas)
	- Los demás calzados:
6402.91.00.00	-- Que cubran el tobillo
6402.99	-- Los demás:
6402.99.10.00	--- Con puntera metálica de protección
6402.99.90.00	--- Los demás
64.03	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural.
	- Calzado de deporte:
6403.19.00.00	-- Los demás
6403.20.00.00	- Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero natural que pasan por el empeine y rodean el dedo gordo
6403.40.00.00	- Los demás calzados, con puntera metálica de protección
6403.51.00.00	-- Que cubran el tobillo
6403.59.00.00	-- Los demás
	- Los demás calzados:
6403.91	-- Que cubran el tobillo:
6403.91.10.00	--- Calzado con palmilla o plataforma de madera, sin plantillas ni puntera metálica de protección
6403.91.90.00	--- Los demás
6403.99	-- Los demás:
6403.99.10.00	--- Calzado con palmilla o plataforma de madera, sin plantillas ni puntera metálica de protección
6403.99.90.00	--- Los demás
64.04	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil.
	- Calzado con suela de caucho o plástico:
6404.11	-- Calzado de deporte; calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento y calzados similares:
6404.11.10.00	--- Calzado de deporte
6404.11.20.00	--- Calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento y calzados similares
6404.19.00.00	-- Los demás
6404.20.00.00	- Calzado con suela de cuero natural o regenerado
64.05	Los demás calzados.
6405.10.00.00	- Con la parte superior de cuero natural o regenerado
6405.20.00.00	- Con la parte superior de materia textil
6405.90.00.00	- Los demás

Nota. Obtenido del Ministerio De Industrias Y Productividad del Ecuador.

2.12 Normativas de las asociaciones de productores en Ecuador

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) de Ecuador regula las actividades productivas en el país, incluyendo disposiciones específicas relacionadas con las asociaciones de productores como se detallan en los siguientes apartados.

- **Ámbito.** - Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier

parte del territorio nacional. Abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas.

- **Políticas de Desarrollo Productivo.** - El Consejo Sectorial de la Producción tiene entre sus atribuciones establecer y diseñar programas y proyectos que fomenten el desarrollo productivo de la economía popular, solidaria y comunitaria, lo que incluye a las asociaciones de productores.
- **Registro Único de MIPYMES.** - Se establece la creación de un Registro Único de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), que incluye a las asociaciones de productores que cumplan con los criterios establecidos.
- **Asociaciones Público-Privadas.** - Promueve la participación de asociaciones de productores en proyectos públicos bajo la modalidad de asociación público-privada, otorgándoles beneficios como exenciones al impuesto a la renta y otros tributos.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación empleado combinó un enfoque de campo debido a que se recopilaban datos directamente en el entorno real de las asociaciones productoras de calzado, con un enfoque documental, al analizar información secundaria proveniente de sus balances contables de las organizaciones, lo que permitió una comprensión integral de su situación financiera y operativa.

3.2 Enfoque de la investigación

La investigación tiene un enfoque cuantitativo, siguiendo un proceso sistemático y estructurado. Se inició con la identificación de un problema de investigación, seguido de la revisión de la literatura existente para construir un marco teórico sólido. A partir de este marco, se formuló preguntas de investigación específicas. Posteriormente, se diseñó un instrumento de medición para recolectar la información, los cuales fueron analizados estadísticamente para responder a las preguntas de investigación que fueron planteadas.

3.3 Diseño de la investigación

Se utilizó un diseño no experimental con corte transversal, dado que se analizó el fenómeno en un momento específico del tiempo sin manipular las variables. El investigador se limitó a observar y describir las relaciones existentes entre las variables, las cuales ocurrieron de manera natural y previa a la investigación.

3.4 Nivel de la investigación.

Se utilizó un nivel explicativo, ya que propósito principal es identificar las causas o razones detrás de la problemática planteada, estableciendo relaciones de causa y efecto entre las variables estudiadas. Este nivel buscó no solo describir o analizar la realidad, sino también comprender el motivo de los sucesos observados, permitiendo validar hipótesis que profundicen en el proceso descrito.

3.5 Métodos y técnicas de recolección de datos

3.5.1 Método deductivo

El método deductivo fue utilizado en la investigación porque partiendo de principios teóricos establecidos, mediante el razonamiento lógico, se dedujeron hipótesis específicas que se contrastaron con los datos empíricos obtenidos.

3.5.2 Técnicas de investigación

En la investigación como técnica se utilizó los siguientes recursos:

- a. Encuesta a los representantes de las asociaciones para conocer el proceso de ventas que llevan a cabo dentro de las organizaciones.
- b. Sistematización bibliográfica nos proporcionó una base sólida para realizar un análisis más profundo y riguroso del proceso de ventas y su impacto en la rentabilidad de las asociaciones de productores de calzado en Cevallos.

3.5.3 Instrumento de recopilación de datos

El instrumento que permitió recopilar la información acerca del proceso de ventas que ejecutan dentro de las asociaciones productoras de calzado fue el cuestionario que constó de dos secciones. La primera recopila datos acerca de la frecuencia con la que realizan seis acciones de venta propuestas, mientras que en la segunda parte se recoge la percepción del impacto de las acciones implementadas con un total de cinco ítems en esta sección.

Adicionalmente, se solicitó información secundaria a cada una de las asociaciones productoras de calzado, a través de los estados financieros, específicamente el Estado de Resultados y el Balance General, con la finalidad de operar mediante el cálculo de diversos indicadores de rentabilidad para el análisis del estudio.

3.6 Población de estudio

La investigación se enfocó en las asociaciones productoras de calzado del cantón Cevallos, provincia de Tungurahua, las cuales se describen a continuación.

- Calzafince
- Calzado Gusmar
- Calzado Alisson

3.7 Métodos de análisis y procesamiento de datos

Para dar cumplimiento a los objetivos de esta investigación se diseñó un proceso que permitieron alcanzar los resultados propuestos. En primer lugar, se aplicó una encuesta a los directivos encargados de la administración de cada una de las asociaciones, donde se obtuvo información acerca de la frecuencia con la que realiza ciertas acciones de ventas y la percepción en los resultados alcanzados, con la finalidad de determinar la eficacia de las decisiones tomadas en el proceso de ventas.

Posteriormente, se solicitó los estados financieros de las asociaciones productoras de calzado correspondiente a los periodos del 2022 y 2023, en donde se comparó los valores de utilidades alcanzadas y se procede a calcular otros indicadores de rentabilidad como el

margen de utilidad neta, el retorno sobre los activos y el retorno sobre el patrimonio, lo cual permitió corroborar los datos proporcionados del proceso de ventas y si estos han impactado positiva o negativamente sobre la rentabilidad de las organizaciones.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este apartado se presentan los resultados a partir de la entrevista desarrollada a los dirigentes de las asociaciones en estudio, los mismos que están disponibles en dos secciones. En la primera sección se representan aquellos aspectos relacionados con la frecuencia con la que realizan ciertas actividades encaminadas al proceso de ventas y satisfacción de los clientes; mientras que en la segunda se relatan los resultados de la percepción de las acciones que se han implementado en las asociaciones y si estas han favorecido a las mismas.

4.1 Resultados frecuencia con la que se realiza las acciones de venta

En la tabla 2 se determina los aspectos relacionados con la frecuencia con la que las asociaciones productoras de calzado realizan sondeos de mercado para la comercialización de los productos a los clientes.

Tabla 3 *Sondeos de mercado*

Pregunta	Gusmar	Calzafince	Alisson
¿Realiza sondeos de mercado antes de la liberación comercial del producto?	Semanalmente	Anualmente	Anualmente

Nota. Elaboración propia con base en la entrevista desarrollada a los dirigentes de las asociaciones productoras de calzado en el cantón Cevallos.

Según los resultados de la realización de sondeos de mercado antes de la liberación del producto que en este caso es el calzado, a los consumidores, calzado Gusmar lo realiza semanalmente lo que favorece a la mejora la percepción de los posibles clientes antes de la liberación del producto, mientras que Calzafince y calzado Alisson lo ejecutan anualmente, limitando la capacidad de entender el comportamiento de los consumidores.

En la tabla 3 se detalla la frecuencia con la que las asociaciones diseñen una lista de clientes y que puedan conocer las tendencias futuras de los mismos, como se detalla de la siguiente manera.

Tabla 4 *Disponibilidad de una lista de clientes*

Pregunta	Gusmar	Calzafince	Alisson
¿Dispone la asociación alguna lista de clientes que se vaya alimentando continuamente?	Semanalmente	Anualmente	Semanalmente

Nota. Elaboración propia con base en la entrevista desarrollada a los dirigentes de las asociaciones productoras de calzado en el cantón Cevallos.

De acuerdo con la disponibilidad o la creación de una lista de clientes que se va alimentando continuamente, calzado Gusmar y Alisson, cuentan con este instrumento y lo actualizan semanalmente favoreciendo a las instituciones para conocer a los clientes y brindar una mejor experiencia, mientras que Calzafince lo hace de manera anual disminuyendo las probabilidades de conocer las tendencias de una manera pertinente a los compradores.

Según tabla 4 se presenta la frecuencia con la que las organizaciones realizan un seguimiento y posventa a los clientes, lo que permite conocer la satisfacción de los mismos respecto a los productos adquiridos.

Tabla 5 Seguimiento y posventa al cliente

Pregunta	Gusmar	Calzafince	Alisson
¿Tiene la asociación un proceso en el cual se realice seguimiento y posventa al cliente?	Semanalmente	Nunca	Semanalmente

Nota. Elaboración propia con base en la entrevista desarrollada a los dirigentes de las asociaciones productoras de calzado en el cantón Cevallos.

Con base en la disponibilidad de un proceso que las asociaciones realizan para el seguimiento y posventa, calzado Gusmar y Alisson lo ejecutan semanalmente contribuyendo a mantener actualizada las opiniones de los clientes luego de adquirir los productos, mientras que Calzafince no cuenta con este proceso de posventa restringiendo la posibilidad de conocer la satisfacción de los compradores luego de realizar una adquisición.

Según la tabla 15, se muestra la frecuencia con la que las asociaciones analizan las causas de la insatisfacción de los clientes al momento de adquirir los productos, como se detalla a continuación.

Tabla 6 Causas de la insatisfacción de los clientes

Pregunta	Gusmar	Calzafince	Alisson
¿Ha analizado la asociación las causas de la insatisfacción de los clientes?	Anualmente	Anualmente	Semanalmente

Nota. Elaboración propia con base en la entrevista desarrollada a los dirigentes de las asociaciones productoras de calzado en el cantón Cevallos.

Examinando la manera como las asociaciones analizan las causas de la insatisfacción de los clientes, calzado Alisson lo realiza semanalmente lo que permite conocer y tomar decisiones acerca de los problemas de la satisfacción que tienen los clientes, mientras que calzado Gusmar y Calzafince lo realizan de manera anual, limitando el conocimiento y las alternativas para mejorar la experiencia de compra de los clientes.

En la tabla 6 se describe la frecuencia con la que las asociaciones miden la satisfacción de los clientes luego de haber realizado una adquisición de los productos, detallado a continuación.

Tabla 7 *Tiempo de medición de la satisfacción del cliente*

Pregunta	Gusmar	Calzafince	Alisson
¿Cada cuánto tiempo realizan la medición de satisfacción del cliente?	Semanalmente	Anualmente	Semanalmente

Nota. Elaboración propia con base en la entrevista desarrollada a los dirigentes de las asociaciones productoras de calzado en el cantón Cevallos.

Según la periodicidad con la que las asociaciones realizan la medición de satisfacción del cliente, calzado Gusmar y Alisson lo ejecutan de manera semanal lo que permite a estas organizaciones conocer de manera oportuna el comportamiento de los compradores luego de haber ejecutado una transacción, mientras que Calzafince lo realiza anualmente, disminuyendo las posibilidades de obtener información actualizada y eficaz para la toma de decisiones que puedan mejorar esta experiencia.

A continuación, en la tabla 7 se expone la frecuencia con la que las asociaciones definen un perfil del comprador potencial que permite expandir las ventas por medio de la comercialización de los productos a un cliente viable.

Tabla 8 *Perfil del comprador potencial*

Pregunta	Gusmar	Calzafince	Alisson
¿Cada cuánto tiempo la asociación define el perfil del comprador potencial?	Anualmente	Anualmente	Semanalmente

Nota. Elaboración propia con base en la entrevista desarrollada a los dirigentes de las asociaciones productoras de calzado en el cantón Cevallos.

De acuerdo con el tiempo en el que las asociaciones productoras definen el perfil del comprador potencial, calzado Alisson ejecutan este proceso de manera semanal, asegurando la probabilidad de conocer de mejor manera la segmentación de los clientes a los cuales está dirigido los productos, mientras que calzado Gusmar y Calzafince lo realizan anualmente, contrayendo la información que admita conocer de mejor manera los clientes ideales que logren incrementar las ventas de estas instituciones.

4.2 Resultados de la percepción del impacto de las acciones implementadas

En este apartado se presentan los resultados de la intensidad que perciben las asociaciones productoras de calzado del cantón Cevallos, respecto a las acciones que han implementado para mejorar las estrategias de comercialización y venta de los productos que ofertan.

Tabla 9 *Efectividad de las estrategias comerciales*

Pregunta	Gusmar	Calzafince	Alisson
¿En qué grado han sido efectivas las estrategias comerciales aplicadas en su organización?	Alto	Moderado	Moderado

Nota. Elaboración propia con base en la entrevista desarrollada a los dirigentes de las asociaciones productoras de calzado en el cantón Cevallos.

Según la percepción por parte de las asociaciones acerca de la efectividad de las estrategias comerciales aplicadas, calzado Gusmar determina que se ha mantenido alto lo cual ha mejorado la comercialización de sus productos, mientras que Calzafince y calzado Alisson determinan que este comportamiento se encuentra moderado.

En la tabla 10 se detallan las diferencias en los diseños de los productos que ofertan las asociaciones respecto a la competencia, descritos a continuación.

Tabla 10 *Diferencias de los diseños del producto con el de la competencia*

Pregunta	Gusmar	Calzafince	Alisson
¿Considera que los diseños actuales que ofrece en el mercado tienen características distintas al de la competencia?	Alto	Moderado	Alto

Nota. Elaboración propia con base en la entrevista desarrollada a los dirigentes de las asociaciones productoras de calzado en el cantón Cevallos.

Referente a la percepción de las diferencias de los diseños desarrollados por las asociaciones con el de la competencia, calzado Gusmar y Alisson mencionan que han sido altos lo que representa un alto nivel de innovación en la fabricación del calzado en el mercado, mientras que Calzafince considera que ha sido moderado este proceso.

En la tabla 11 se presenta la percepción de la eficiencia de las estrategias comerciales y el nivel de mejora de la competitividad al momento de comercializar los productos de las asociaciones, de la siguiente manera.

Tabla 11 *Eficiencia de la aplicación de estrategias comerciales*

Pregunta	Gusmar	Calzafince	Alisson
¿Considera usted que con la aplicación de estrategias comerciales más adecuadas y conocimiento más amplio sobre las necesidades del	Alto	Alto	Alto

consumidor, en qué nivel mejoraría su competitividad?

Nota. Elaboración propia con base en la entrevista desarrollada a los dirigentes de las asociaciones productoras de calzado en el cantón Cevallos.

De acuerdo con la percepción de la eficiencia de la aplicación de estrategias comerciales que las asociaciones emplean, tanto calzado Gusmar, Alisson y Calzafince discurren que han tenido un nivel alto para mejorar la competitividad de estas, lo que se posiciona como un efecto positivo la generación de nuevas estrategias que inserten valor agregado para mejorar la experiencia de compra de los clientes actuales y futuros.

En la tabla 12 se describe la eficiencia en la rentabilidad de acuerdo con la aplicación de ciertas estrategias comerciales que han implementado las organizaciones, como se detalla en el siguiente apartado.

Tabla 12 *Eficiencia en la rentabilidad con la aplicación de estrategias comerciales*

Pregunta	Gusmar	Calzafince	Alisson
¿En qué grado considera que su rentabilidad mejoraría con la aplicación de adecuadas estrategias comerciales?	Alto	Alto	Alto

Nota. Elaboración propia con base en la entrevista desarrollada a los dirigentes de las asociaciones productoras de calzado en el cantón Cevallos.

En la percepción de las asociaciones relacionado con el mejoramiento en la rentabilidad basándose en la aplicación adecuada de estrategias comerciales, calzado Gusmar, Alisson y Calzafince consideran que ha tenido un desempeño alto, comprobando que si estas organizaciones aplican a futuro estrategias comerciales óptimas, mejorarían las ventas y por ende, se incrementarían las ganancias de estas instituciones.

Según la tabla 13 se presenta la percepción que han mantenido las asociaciones productoras de calzado en los últimos tres años, respecto al comportamiento de las ventas, de la siguiente manera.

Tabla 13 *Comportamiento de las ventas*

Pregunta	Gusmar	Calzafince	Alisson
¿Cómo ha sido el comportamiento de las ventas de la empresa en los últimos tres años?	Alto	Moderado	Moderado

Nota. Elaboración propia con base en la entrevista desarrollada a los dirigentes de las asociaciones productoras de calzado en el cantón Cevallos.

De acuerdo con la percepción por parte de las asociaciones acerca del comportamiento de las ventas en los últimos tres años, calzado Gusmar menciona que han

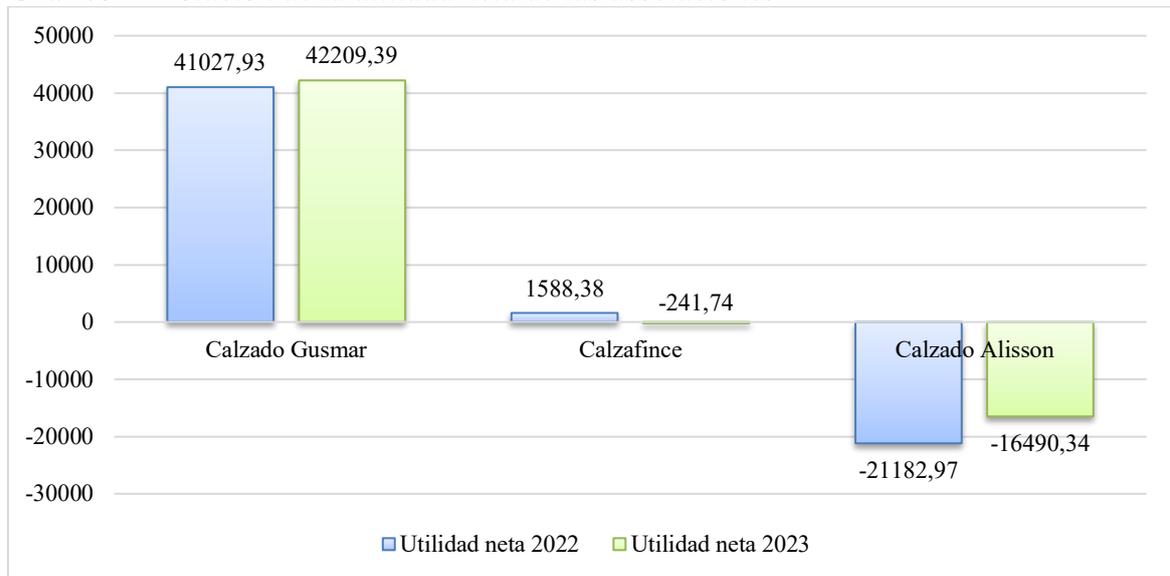
sido altos lo cual refleja una autoevaluación positiva del manejo comercial que esta institución ha mantenido respecto a las venta de calzado, mientras que Calzafince y calzado Alisson determinan que ha sido moderado, lo que implica que se han mantenido en la misma línea de tendencia en este lapso.

4.2.1 Resultados del cálculo de rentabilidad de las asociaciones

El análisis del ROA (Retorno sobre Activos) y el ROE (Retorno sobre Patrimonio) es fundamental para evaluar la rentabilidad y eficiencia financiera de las asociaciones productoras de calzado, ya que permite medir cómo están utilizando sus activos para generar beneficios y qué tan rentable es el capital invertido por sus socios. Un ROA elevado indica que los recursos como equipos e inventarios están siendo gestionados eficientemente, mientras que un ROE alto refleja que las aportaciones de los propietarios generan un retorno atractivo.

En esta sección se describe la situación financiera de las asociaciones productoras de calzado durante el periodo 2022 y 2023, para lo cual se ha tomado como base la utilidad neta y algunos indicadores financieros, como se presenta a continuación.

Gráfico 2 Evolución de la utilidad neta de las asociaciones



Nota. Elaboración propia con base en los Estados Financieros proporcionados por las asociaciones.

4.2.1.1 Margen de Utilidad Neta

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \left(\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} \right) * 100$$

- **Calzado Gusmar**

$$\text{Margen de Utilidad Neta}_{2022} = \left(\frac{41027,93}{100092,82} \right) * 100$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta}_{2022} = \mathbf{40,99\%}$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta}_{2023} = \left(\frac{42209,39}{108030,91} \right) * 100$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta}_{2023} = \mathbf{39,07\%}$$

De acuerdo con el cálculo del indicador del margen de utilidad neta, calzado Gusmar presenta una contracción ligera en el porcentaje, en el año 2022 40,99% mientras que en el 2023 se ubica en 39,07%.

- **Calzafince**

$$\text{Margen de Utilidad Neta}_{2022} = \left(\frac{1588,38}{19038,52} \right) * 100$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta}_{2022} = \mathbf{8,34\%}$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta}_{2023} = \left(\frac{-241,74}{15282,62} \right) * 100$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta}_{2023} = \mathbf{-1,58\%}$$

Según el indicador de margen de utilidad neta para Calzafince, se aprecia una disminución considerable entre los dos periodos de estudio, en el año 2023 con 8,34% mientras que en el 2023 llegó hasta -1,58%. Este comportamiento se explica por una utilidad neta negativa generada en ese año.

- **Calzado Alisson**

$$\text{Margen de Utilidad Neta}_{2022} = \left(\frac{-21182,97}{48490,78} \right) * 100$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta}_{2022} = \mathbf{-43,68\%}$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta}_{2023} = \left(\frac{-16490,34}{62059,61} \right) * 100$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta}_{2023} = \mathbf{-26,57\%}$$

Analizando el margen de utilidad neta para calzado Alisson, a nivel general para ambos años se genera valores negativos, en el año 2022 -43,68% siendo el más bajo, mientras que en el 2023 se posiciona en -26,57%. Ambos resultados se deben a que se ha generado utilidad netas negativas, por lo que no cumple con las condiciones de crecimiento.

4.2.1.2 Retorno sobre los Activos (ROA)

$$ROA = \left(\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos totales al final del periodo}} \right) * 100$$

- **Calzado Gusmar**

$$ROA_{2022} = \left(\frac{41027,93}{173069,31} \right) * 100$$

$$ROA_{2022} = 23,71\%$$

$$ROA_{2023} = \left(\frac{42209,39}{197602,47} \right) * 100$$

$$ROA_{2023} = 21,36\%$$

Según la rentabilidad sobre los activos de calzado Gusmar indica que presenta un leve decrecimiento, en el año 2022 con 23,71% mientras que en el 2023 llegó hasta 21,36%.

- **Calzafince**

$$ROA_{2022} = \left(\frac{1588,38}{25500,43} \right) * 100$$

$$ROA_{2022} = 6,23\%$$

$$ROA_{2023} = \left(\frac{-241,74}{21464,48} \right) * 100$$

$$ROA_{2023} = -1,13\%$$

A nivel general, la rentabilidad sobre los activos de Calzafince presenta un decrecimiento considerable, en el año 2022 se posiciona en 6,23% mientras que en el 2023 que es su punto más bajo con -1,13%. Al igual que los indicadores anteriores, esto se atribuye a que la empresa generó una utilidad neta negativa en sus operaciones.

- **Calzado Alisson**

$$ROA_{2022} = \left(\frac{-21182,97}{9900} \right) * 100$$

$$ROA_{2022} = -213,97\%$$

$$ROA_{2023} = \left(\frac{-16490,34}{12700} \right) * 100$$

$$ROA_{2023} = -129,85\%$$

Analizando el rendimiento sobre los activos de calzado Alisson, a nivel general se aprecia que presenta graves problemas en este indicador de rentabilidad, esto debido que los valores negativos sobrepasan los valores, en el año 2022 se ubica en -213,97% mientras que en el 2023 llega hasta -129,85%. Estos problemas graves se atribuyen a que las pérdidas en cuanto a la utilidad neta son muy altas y los activos con los que cuenta la asociación muy bajos.

4.2.1.3 Retorno sobre el Patrimonio (ROE)

$$ROE = \left(\frac{Utilidad\ Neta}{Patrimonio\ neto\ al\ final\ del\ periodo} \right) * 100$$

- **Calzado Gusmar**

$$ROE_{2022} = \left(\frac{41027,93}{76658,75} \right) * 100$$

$$ROE_{2022} = 53,52\%$$

$$ROE_{2023} = \left(\frac{42209,39}{93439,40} \right) * 100$$

$$ROE_{2023} = 45,17\%$$

Según el indicador de retorno sobre el patrimonio, calzado Gusmar genera valores buenos con un ligero decrecimiento en los dos periodos analizados, en el año 2022 se ubica en 53,52% mientras que en el 2023 llega hasta 45,17%.

- **Calzafince**

$$ROE_{2022} = \left(\frac{1588,38}{24250,20} \right) * 100$$

$$ROE_{2022} = 6,55\%$$

$$ROE_{2023} = \left(\frac{-241,74}{18214,28} \right) * 100$$

$$ROE_{2023} = -1,33\%$$

En cuanto al indicador de retorno sobre el patrimonio de Calzafince, a nivel general se aprecia un decrecimiento considerable, similar a indicadores anteriores, para el año 2022 presenta un 6,55% mientras que en el 2023 se posiciona en -1,33%. De la misma manera, esto sucede debido a que la utilidad neta generada es negativa en este último periodo.

- **Calzado Alisson**

$$ROE_{2022} = \left(\frac{-21182,97}{400} \right) * 100$$

$$ROE_{2022} = -5295,74\%$$

$$ROE_{2023} = \left(\frac{-16490,34}{400} \right) * 100$$

$$ROE_{2023} = -4122,59\%$$

Analizando el indicador de retorno sobre el patrimonio para calzado Alisson, se aprecian graves problemas en este indicador, debido al elevado porcentaje en los dos periodos, para el año 2022 se ubica en -5295,74% mientras que en el 2023 llega hasta -4122,59%. Esto básicamente se debe a que la asociación genera elevadísimas pérdidas con relación al patrimonio.

4.2.2 Correlación entre el ROE y el ROA

Con la finalidad de conocer la relación entre el ROE (Rentabilidad patrimonial) y el ROA (Rentabilidad de los activos) de cada una de las organizaciones, se va a ejecutar un análisis de correlación, el cual se destaca en la siguiente tabla.

Tabla 14 *Coefficiente de correlación entre el ROE y el ROA*

Asociaciones	ROE (%)	ROE (%)	ROA (%)	ROA (%)	Correlación ROE vs ROA
	2022	2023	2022	2023	
Calzado Gusmar	53,52	45,17	23,71	21,36	0,99
Calzafince	6,55	-1,33	6,23	-1,13	0,98
Calzado Alisson	-5295,74	-4122,59	-213,97	-129,85	0,99

Nota. Elaboración propia con base en los estados financieros proporcionados por las asociaciones.

De acuerdo con la tabla anterior, el coeficiente de correlación entre el ROE y el ROA de las tres asociaciones productoras de calzado en Cevallos, se obtiene un valor que oscila entre 0,98 y 0,99 en los tres escenarios, esto significa que existe una relación lineal positiva perfecta entre ambas variables, es decir que cada vez que el ROA aumenta o disminuya en un porcentaje específico, el ROE lo hace proporcionalmente en la misma dirección y magnitud.

Los resultados de la encuesta evidencian diferencias significativas en la gestión comercial de las asociaciones. Mientras algunas realizan sondeos de mercado, seguimiento posventa y actualización de listas de clientes de manera semanal, otras lo hacen anualmente o no cuentan con estos procesos, lo que limita su capacidad de respuesta ante las necesidades del mercado. En cuanto a la rentabilidad, el ROA y ROE reflejan un desempeño desigual. Una asociación mantiene indicadores positivos con leves descensos, otra presenta valores negativos en el último año debido a pérdidas en la utilidad neta, y una más exhibe una situación crítica con márgenes de utilidad y retornos patrimoniales profundamente negativos, lo que evidencia problemas financieros severos.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

En síntesis, los resultados muestran que la implementación constante de estrategias comerciales influye directamente en la rentabilidad y competitividad. Las asociaciones que realizan análisis de mercado frecuentes y estrategias de fidelización logran una mayor estabilidad financiera y percepción positiva de sus acciones. En contraste, aquellas con escaso seguimiento presentan dificultades en la toma de decisiones y rentabilidad negativa. La fuerte correlación entre ROA y ROE confirma que la eficiencia en el uso de activos se traduce directamente en mejores retornos para los inversionistas.

- De acuerdo con la ejecución de las estrategias comerciales por parte de las asociaciones, Calzado Gusmar y Alisson implementan sondeos de mercado, actualizan listas de clientes, realizan seguimiento posventa y miden la satisfacción del comprador semanalmente, mientras que Calzafince lo hace anualmente y carece de estrategias de posventa. Calzado Alisson analiza semanalmente las causas de insatisfacción, en contraste con Gusmar y Calzafince, que lo hacen una vez al año, también Gusmar percibe mayor efectividad en sus estrategias y un aumento en ventas, mientras que Calzafince y Alisson califican como moderadas. Sin embargo, las tres asociaciones coincidieron en que las estrategias han sido eficientes para mejorar competitividad y rentabilidad.
- La rentabilidad obtenida de los estados financieros refleja que Calzado Gusmar presentó una ligera contracción en su margen de utilidad neta de 40,99% en 2022 a 39,07% en 2023, junto con una reducción en la rentabilidad sobre activos y retorno sobre patrimonio, aunque se mantienen en valores positivos. Calzafince por su parte, experimentó una caída más significativa, con un margen de utilidad neta que baja de 8,34% a -1,58% y rentabilidad sobre activos negativa en 2023, reflejando pérdidas netas. Sin embargo, Calzado Alisson enfrenta graves problemas, con márgenes y rentabilidades extremadamente negativos a pesar de leves mejoras, lo que refleja pérdidas elevadas y baja capacidad patrimonial.
- De acuerdo con la identificación de la relación entre el proceso de ventas y la rentabilidad de las tres asociaciones productoras de calzado de Cevallos, se evidencia que tanto Calzafince como calzado Gusmar presentan las condiciones óptimas en los procesos de venta que realizan, sin embargo calzado Alisson se posiciona como la organización que más problemas financieros y con respecto a las ventas, lo cual se refleja en la obtención de indicadores negativos de rentabilidad.

5.2 Recomendaciones

- Se recomienda que Calzafince implemente un seguimiento posventa y aumente la frecuencia de actividades como sondeos de mercado, actualización de listas de clientes y análisis de satisfacción, alineándose con las prácticas semanales de las otras asociaciones. Además, tanto Calzafince como Alisson deberían evaluar sus estrategias comerciales para identificar áreas de mejora que incrementen su efectividad y contribuyan a aumentar las ventas.
- Por parte de Calzado Gusmar debe fortalecer sus estrategias comerciales para revertir la ligera contracción en sus márgenes y mantener su rentabilidad positiva. La asociación de Calzafince debe implementar medidas correctivas urgentes para recuperar la rentabilidad, enfocándose en la reducción de costos y mejorar la eficiencia operativa. Por su parte, Calzado Alisson necesita diseñar un plan integral que se enfoque en las pérdidas elevadas, priorizando la optimización de recursos y fortaleciendo su capacidad patrimonial. Es importante que las tres asociaciones realicen un monitoreo constante de sus indicadores financieros para tomar decisiones oportunas que aseguren su sostenibilidad económica.
- De manera global, Calzafince y Calzado Gusmar deben mantener y optimizar las estrategias que permiten operar con condiciones comerciales favorables, reforzando las prácticas que impactan positivamente en su rentabilidad. Por otro lado, es crucial que Calzado Alisson desarrolle un plan estratégico para enfrentar sus problemas financieros y de ventas, enfocándose en la identificación de las causas de sus rentabilidades negativas, reducción de costos, mejoramiento de los procesos de venta y el ingreso a nuevas oportunidades de mercado que permitan restituir la situación en la que se encuentra.

BIBLIOGRAFÍA

- Anderson, G., Janampa, J., y Reyes, T. (2016). Liquidez y rentabilidad. Una revisión conceptual y sus dimensiones Liquidity and profitability. A conceptual review and his dimensions. Vol. 3, pp. 9–30.
- Arteaga, J., y Molina, M. (2022). Gestión de ventas y su impacto en la rentabilidad del concesionario Metrocar. *MQRInvestigar*, 6(4), 293–312. <https://doi.org/10.56048/MQR20225.6.4.2022.293-312>
- Ávila, M. S. (2020). Plan de gestión de ventas y su incidencia en la rentabilidad de la comercializadora Raíces Unidas, Trujillo 2019 (Tesis de licenciatura). Repositorio de la Universidad Privada del Norte. Recuperado de <https://hdl.handle.net/11537/25392>
- Bertone, P. (2019). La venta como un proceso: diseñando modelos de gestión de ventas. Universidad Católica de Córdoba. Producción académica. https://pa.bibdigital.ucc.edu.ar/1990/1/TM_Bertone.pdf
- Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2020). *Principles of Corporate Finance*. McGraw-Hill Education.
- Buttle, F., & Maklan, S. (2019). *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies*. Routledge.
- Cajal, A. (2012). *Investigación de Campo: Características, Tipos, Técnicas y Etapas*.
- Calderón, M., y Domínguez, K. (2019). “El ciclo de ventas y su efecto en el estado de resultados integrales de la compañía TLC C.A.”, *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, (abril 2019). <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/04/resultados-integrales-tlcca.html>
- Castro, L., y Quichimbo, M. (2021). Análisis del proceso de ventas y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Empredial (Mi Ahorro), en sus siete sucursales al sur del Ecuador. (Tesis de Pregrado). Universidad Politécnica Salesiana. Cuenca, Ecuador.
- Chacón, G. (2007). La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial. *Actualidad Contable Faces*, 29-45.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson.
- Chico, F., Ruiz, B., y Caicedo, F. (2021). Covid-19: efectos en la rentabilidad financiera de las grandes empresas del sector comercial del Ecuador. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. <https://orcid.org/0000-0001-7533-09931>
- Contreras, I. (2006). Análisis de la rentabilidad económica (ROI) y financiera (ROE) en empresas comerciales y en un contexto inflacionario. *Visión Gerencial*, (1), 13-28.
- Costain, N., Morejón, J. (2017). Desarrollar estrategias para aumentar la venta de calzado de la marca LQ en la ciudad de Guayaquil. Tesis de pregrado. (Escuela Superior Politécnica del Litoral) Guayaquil, Ecuador.
- Darmon, R., & Martin, X. (2020). *Sales Force, Sales Management, and Sales Territories: Design and Theory*. Routledge.
- Del Carpio, G. (2021). La gestión de ventas y la rentabilidad de las empresas ferreteras de la avenida San Martín de Porres de la ciudad de Cajamarca, 2021. Tesis de pregrado. (Universidad César Vallejo) Lima-Perú.

- Díaz. (2013). La observación. Textos de apoyo didactivo, 18.
- Dibb, S., Simkin, L., Pride, W. M., & Ferrell, O. C. (2020). *Marketing Concepts and Strategies*. Cengage Learning.
- Ferrando, G. (1993). *Métodos y técnicas de Investigación. El análisis de la realidad social*, 141-70.
- Ferraz, C. (2020). *Proceso de ventas: qué es y cómo configurar uno para tu empresa*.
- Fox. (2005). *Análisis documental de contenido: principios y prácticas*. 21.
- Frías, C. (2019). *Planeación Estratégica de Mercado para el incremento de las ventas del Almacén de Electrodomésticos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito "La Merced" Ltda. Tesis de pregrado. (Universidad Técnica de Ambato) Ambato-Ecuador*.
- Gilmore, A., Carson, D., & O'Donnell, A. (2020). *Small Business Marketing: Innovation and Survival*. Springer.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2021). *Principles of Managerial Finance*. Pearson Education.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Métodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Ingram, T. N., LaForge, R. W., Avila, R. A., Schwepker, C. H., & Williams, M. R. (2020). *Sales Management: Analysis and Decision Making*. Routledge.
- Johnston, M. W., & Marshall, G. W. (2022). *Sales Force Management: Leadership, Innovation, Technology*. Routledge.
- Johnston, M., y Marshall W. (2015). *Administración de ventas*. McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Mc Graw Hill.
- Kotler, P., & Keller, K. (2020). *Marketing Management*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management*. Pearson.
- Lanuque, A. (2014). Las 5 fuerzas de Porter. 31. [http://repositorio.ub.edu.ar:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/3305/3541-marketing del audiovisual - las 5 fuerzas de porter - lanuque.pdf?sequence=1](http://repositorio.ub.edu.ar:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/3305/3541-marketing%20del%20audiovisual%20-%20las%205%20fuerzas%20de%20porter%20-%20lanuque.pdf?sequence=1)
- Levy, M., & Weitz, B. (2022). *Retailing Management*. McGraw-Hill.
- Maldonado, J., & Romero, F. (2020). *La industria del calzado en Tungurahua: Pasado y presente*. Editorial Andina.
- Martínez, A. (2017). *Estrategias comerciales y su impacto en la rentabilidad de las medianas empresas del sector del calzado en la ciudad de Ambato. Tesis de posgrado (Universidad Técnica de Ambato). Ambato, Ecuador*.
- Mendoza, F., y Villacorta, R. (2021). *Estrategias de ventas para mejorar la rentabilidad de la empresa de distribuciones e inversiones CUBAS E.I.R.L., Chiclayo 2019. Tesis de pregrado. (Universidad Señor de Sipán) Pimentel-Perú*.
- Ochoa, M., & Hernández, L. (2019). *El acceso al financiamiento en PYMEs del sector calzado en Ecuador. Revista de Economía y Finanzas*.
- Orús, A. (2023). *Statista*.
- Palomares, J., y Peset, M. (2015). *Estados Financieros Interpretación y análisis*. Madrid: Pirámide.
- Poaquiza, A. (2019). *El proceso de ventas y su incidencia en la atención al cliente de la Empresa AUTOMOTORES HYUNDAI. Tesis de pregrado. (Universidad Técnica de Ambato) Ambato-Ecuador*.

- Porter, M. E. (2021). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
- Pulizzi, J. (2021). *Content Inc.: Start a Content-First Business, Build a Massive Audience, and Become Radically Successful (With Little to No Money)*. McGraw-Hill.
- Ramos, S. (2017). *Técnicas de ventas*. Fundación Universitaria del Área Andina. Catalogación en la fuente Fundación Universitaria del Área Andina (Bogotá). <https://core.ac.uk/download/pdf/326425109.pdf>
- Robledo, R. (2014). *Administración de ventas*. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/199992498/6o-Cuatrim-Apuntos-y-Actv-Semana-2>
- Rojas Sacatuma, J. (2017). FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA 01. Facultad de Ingeniería y Arquitectura. En Universidad Andina del Cusco. http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/47102/Gutierrez_RS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=yfile:///C:/Users/Margarita/Downloads/Machaca_CRV-Arias_CLC-SD.pdf
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jaffe, J. F. (2019). *Corporate Finance*. McGraw-Hill Education.
- Sánchez, M., y Lazo, V. (2019). Determinantes de la rentabilidad empresarial en el Ecuador: Un análisis de corte transversal. Universidad de las Fuerzas Armadas. *Revista ECA*. Vol. 9. Num.1. <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/1006>
- Simmons, G., Armstrong, G., & Durkin, M. (2021). *Collaborative Marketing in SMEs: Insights from Small, Medium, and Start-up Firms*. Routledge.
- Stanton, E. y. (2004). "Fundamentos de Marketing".
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (Mayo de 2023). DATA SEPS. Obtenido de <https://estadisticas.seps.gob.ec/>
- Tarancón, M. (2003). *Técnicas de análisis económico input-output*. (Primera ed.). Toledo: Editorial Club Universitario. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=TXs6DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=definicion+de+inputs+y+outputs&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiVIKJ4ZfrAhWOtVvKkKHQVBBIoQ6AEwAHoECAyQAg#v=onepage&q&f=false>
- Turismo, T. (Mayo de 2023). Turismo en Tungurahua. Obtenido de [tungurahuatourismo.com: https://tungurahuatourismo.com/es/ec/tungurahua/cevallos/gestoresartesanales/calzado-cevallos-aculunlgo](https://tungurahuatourismo.com/es/ec/tungurahua/cevallos/gestoresartesanales/calzado-cevallos-aculunlgo)
- Vargas, S. (2020). Modelo de negocio para la comercialización de calzado femenino fabricado en Colombia, a partir de estrategias de E-Commerce enfocadas a la demanda en Barrancabermeja. Universidad Autónoma de Bucaramanga. https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/7348/2020_Tesis_Sandra_Vargas_Angarita.pdf;jsessionid=49070BB1DE7845AA61452AE0B191BF9D?sequence=1
- Verhoef, P., Kannan, P. K., & Inman, J. J. (2021). *Omnichannel Retail: How to Build Winning Stores in a Digital World*. Springer.
- Vilcacundo, O., y Bonilla, D. (2024). La tecnología y la comunicación en las ventas de las tiendas comerciales detail. Caso de estudio MULTISA CAD [Technology and communication in sales in detail commercial stores. Case study: MULTISA CAD].

- Revista de Comunicación de la SEECI, 57, 1-13.
<http://doi.org/10.15198/seeci.2024.57.e831>
- Villacrés, G., Romero, A., y Gallegos, R. (2022). Gestión de proceso de ventas para el mejoramiento de la rentabilidad. *CIENCIAMATRIA*, 8(15), 154-171.
<https://doi.org/10.35381/cm.v8i15.829>
- William J. Stanton, M. J. (2004). *Fundamentos de marketing*.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2023). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill.
- Zoltners, A. A., Sinha, P., & Lorimer, S. E. (2021). *Building a Winning Sales Management Team: The Force Behind the Sales Force*. Springer.

ANEXOS

Anexo 1.

Modelo de la encuesta



Reciba un cordial saludo de parte de un estudiante de la Universidad Nacional de Chimborazo, quien de manera favorable solicito a usted me colabore llenando la siguiente encuesta para la obtención de datos para el análisis del proceso de ventas y su incidencia en la rentabilidad de la asociación.

Frecuencia con la que se realizan las acciones de venta				
PREGUNTA	Nunca (0)	Anualmente (1)	Semanalmente (2)	Diariamente (3)
¿Realiza sondeos de mercado antes de la liberación comercial del producto?				
¿Dispone la asociación alguna lista de clientes que se vaya alimentando continuamente?				
¿Tiene la asociación un proceso en el cual se realice seguimiento y posventa al cliente?				
¿Ha analizado la asociación las causas de la insatisfacción de los clientes?				
¿Cada cuánto tiempo realizan la medición de satisfacción del cliente?				
¿Cada cuánto tiempo la asociación define el perfil del comprador potencial?				
Percepción del impacto de las acciones implementadas				
PREGUNTA	Leve (0)	Moderado (1)	Alto (2)	Muy alto (3)
¿En qué grado han sido efectivas las estrategias comerciales aplicadas en su organización?				
¿Considera que los diseños actuales que ofrece en el mercado tienen características distintas al de la competencia?				
¿Considera usted, que, con la aplicación de estrategias comerciales más adecuadas y conocimiento más amplio sobre las necesidades del consumidor, en qué nivel mejoraría su competitividad?				
¿En qué grado considera que su rentabilidad mejoraría con la aplicación de adecuadas estrategias comerciales?				
¿Cómo ha sido el comportamiento de las ventas de la empresa en los últimos tres años?				

Anexo 2. Estados Financieros de la asociación Gusmar

TIENDAS GUSMAR
BALANCE GENERAL
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2022



ACTIVO		
CORRIENTE		
DISPONIBLE		
CAJA		
Caja Chica	\$	50.00
Cierre de Caja del 31-12-2023	\$	524.29
BANCOS		
Banco del Pichincha Cta. Cte. 2100083580 E.M.	\$	1,479.90
Banco del Pichincha Cta. Cte. 2100179491 D.M.	\$	9,026.45
Banco del Austro Cta. Cte. 18850575 E.M	\$	11,087.17
Banco del Austro Cta. Cte. 18850575 D.M	\$	1,783.05
Banco del Pichincha Ahorro Programado David 2022	\$	362.77
Banco del Pichincha Ahorro Programado Edison 2022	\$	180.57
EXIGIBLE		
Cuentas por Cobrar		\$ 25,623.57
Srta Cecilia Guaman	\$	15.00
Sra. Gaby Jarrin	\$	119.16
Sra. Mayra Guaman	\$	117.61
Sr. Cristian Martinez Prestamo de \$5000 21-03-2023	\$	3,336.00
Sr. Cristian Martinez Prestamo de \$3000 01-04-2023	\$	2,000.00
Sr. Edison Martinez	\$	20,000.00
Sra. Michelle Martinez	\$	35.80
CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR		
Crédito Tributario por IVA David	\$	1,916.32
Crédito Tributario Retenciones I.R. David	\$	67.85
Crédito Tributario Retenciones I.R. Edison	\$	43.99
REALIZABLE		
Inventario de Mercaderias al 31-12-2022 EDISON	\$	42,670.55
Inventario de Mercaderias al 31-12-2022 DAVID	\$	65,544.46
Inventario de Mercaderias al 31-12-2022 MICHELLE	\$	6,250.06
ACTIVO FIJO		
DEPRECIABLES		
Muebles y Enseres	\$	5,988.34
(-) Depreciación Acumulada de Muebles y Enseres	\$	(598.83)
Equipo de Computo	\$	679.33
(-) Depreciación Acumulada de Equipo de Computo	\$	(224.18)
Patente Municipal	\$	-
Equipo de Computo		
Computadora	\$	517.00
Impresora	\$	114.00
(-) Depreciación Acumulada de Equipo de Computo	\$	(17.35)
TOTAL DEL ACTIVO		\$ 173,069.31
PASIVO		
Pasivo Corriente		
Proveedores		
GUSMAR FABRICA	\$	24,709.75
Documentos por pagar		
Cheques Mes de Enero Edison Martinez	\$	1,528.16
Cheques Mes de Enero David Martinez	\$	13,385.88
Cheques Mes de Febrero Edison Martinez	\$	824.49
Cheques Mes de Febrero David Martinez	\$	8,193.72
Cheques Mes de Marzo Edison Martinez	\$	344.66
Cheques Mes de Marzo David Martinez	\$	4,345.79
Otras Obligaciones Corrientes		
Impuesto a la Renta por Pagar David	\$	2,050.18
Impuesto a la Renta por Pagar Edison	\$	-
TOTAL PASIVO		\$ 55,382.63
PATRIMONIO		
Capital Social Suscrito	\$	76,658.75
Utilidad del Ejercicio 2022	\$	41,027.93
TOTAL DE PASIVO + PATRIMONIO		\$ 173,069.31

TIENDAS GUSMAR
ESTADO DE RESULTADOS
DEL 01 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2022



INGRESOS

Ingresos por Actividades Economicas			\$	100,092.82
Venta de Bienes			\$	100,092.82
Venta Bruta con IVA		\$	100,092.82	
Ventas gravadas con IVA	\$	376,245.66		
Costo de ventas gravados con IVA	\$	276,152.84		
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS			\$	100,092.82

EGRESOS

Gastos			\$	59,064.89
Gastos Administrativos		\$	3,000.00	
Cuotas Socios	\$	3,000.00		
Daniel Martinez	\$	600.00		
Edison Martinez	\$	600.00		
Gustavo Martinez	\$	600.00		
David Martinez	\$	600.00		
Cristian Martinez	\$	600.00		
Gastos de Venta		\$	44,702.60	
Sueld. Salarios y demas Rem.	\$	24,530.84		
Sueldo Gabriela Jarrin	\$	6,830.48		
Sueldo David Martinez	\$	1,866.85		
Sueldo Mayra Guaman	\$	7,042.70		
Sueldo Monica Flores	\$	2,205.38		
Sueldo Jessica Miranda	\$	1,098.99		
Sueldo Cecy Guaman	\$	3,242.37		
Sueldo Hanna Promociones	\$	143.70		
Sueldo Johana Promociones	\$	419.60		
Sueldo Paola Promociones	\$	143.05		
Sueldo Erika Jarrin	\$	19.25		
XIV Gabriela	\$	371.71		
XIV Mayra	\$	369.44		
XIII Gabriela	\$	394.63		
XIII Mayra	\$	382.69		
Aport. A la Seg. Social (Incl. Fond. Res.)	\$	3,588.39		
Aportes Patronales David y Edison	\$	3,588.39		
Arrendamiento Operat.	\$	5,800.00		
Arriendo 2022	\$	5,800.00		
Publicidad	\$	134.50		
Publicidad 2022	\$	134.50		
Alimentacion ventas	\$	656.28		
Alimentacion	\$	656.28		
Suministros de aseo y Limpieza	\$	1,080.19		
Compra, cloro, desinfectantes, alcohol	\$	1,080.19		
Envios	\$	295.16		
Envios de Mercaderia	\$	295.16		
Servicios Basicos	\$	1,400.81		
Servicios Basicos, Agua-Luz 2022	\$	975.31		
Telefono 2022	\$	425.50		
Suministros de Oficina	\$	3,980.79		
Materiales de Oficina y Papeleria	\$	293.24		
Fundas	\$	3,687.55		
Otros Gastos	\$	986.11		
Cena Socios	\$	100.00		
Retencion Fact 10679	\$	3.82		
Colaboracion para Mayra y Gabriela	\$	106.00		
Mantenimiento Perchas, Baño y Puertas	\$	385.00		
Extintor	\$	25.65		
Focos	\$	4.50		
Otros Gastos Colaboraciones	\$	28.25		
Alimentacion Socios	\$	50.00		
Etiquetas Zebra	\$	254.64		
Devolucion en Ventas	\$	28.25		
Gastos de Funcionamiento	\$	191.53		
Gastos Municipales y de Bomberos 2022	\$	191.53		
Imprenta	\$	570.00		
Imprenta Factureros	\$	570.00		
Sistema Contable	\$	786.48		
Firmas Electronicas	\$	97.68		
Implementacion Sistema Contable	\$	688.80		
Equipo de computo	\$	701.52		
Impresora	\$	124.52		
Computadora	\$	577.00		
Gastos de Financieros		\$	11,362.29	
Comision Bancaria Datafast		208.6		
Costo Operación Cash	\$	310.47		
Comisiones Bancarias	\$	10,063.22		
Ahorro Programado Edison	\$	420.00		
Ahorro Programado David	\$	360.00		
UTILIDAD DEL EJERCICIO			\$	41,027.93

ELABORADO POR

RECIBIDO POR

TIENDAS GUSMAR
BALANCE GENERAL
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2023



ACTIVO		
CORRIENTE		
DISPONIBLE		
CAJA		\$ 2,156.75
Caja Chica	\$ 50.00	
Cierre de Caja del 30-12-2023	\$ 4.50	
Cierre de Caja del 28-12-2023	\$ 282.25	
Cierre de Caja del 27-12-2023	\$ 819.00	
Cierre de Caja del 26-12-2023	\$ 1,001.00	
BANCOS		\$ 46,367.04
Banco del Pichincha Cta. Cte. 2100083580 E.M.	\$ 3,947.43	
Banco del Pichincha Cta. Cte. 2100179491 D.M.	\$ 8,443.52	
Banco del Austro Cta. Cte. 18850575 E.M	\$ 5,692.60	
Banco del Austro Cta. Cte. 18850575 D.M	\$ 26,851.00	
Banco del Pichincha Ahorro Programado David 2023	\$ 737.57	
Banco del Pichincha Ahorro Programado Edison 2023	\$ 694.92	
EXIGIBLE		
Cuentas por Cobrar		\$ 827.20
Srta Tisalema Maria	\$ 65.00	
Srta Gabriela Jamin	\$ 64.00	
Sra Mariela Lopez	\$ 146.00	
Sr Cristian Martinez	\$ 72.00	
Srta Cecy Guaman	\$ 67.00	
Sra Mayra Guaman	\$ 149.20	
Sr. Gustavo Martinez	\$ 61.00	
Sra Alexandra Pintado	\$ 203.00	
REALIZABLE		\$ 142,261.03
Inventario de Mercaderias al 31-12-2023 EDISON	\$ 72,195.90	
Inventario de Mercaderias al 31-12-2023 DAVID	\$ 65,158.41	
Inventario de Mercaderias al 31-12-2023 MICHELLE	\$ 4,906.72	
ACTIVO FIJO		
DEPRECIABLES		\$ 5,990.45
Muebles y Enseres	\$ 5,389.51	
(-) Depreciación Acumulada de Muebles y Enseres	\$ (538.95)	
Equipo de Computo	\$ 1,701.33	
(-) Depreciación Acumulada de Equipo de Computo	\$ (561.44)	
TOTAL DEL ACTIVO		\$ 197,602.47
PASIVO		
Pasivo Corriente		
Proveedores		\$ 32,669.00
GUSMAR FABRICA	\$ 32,669.00	
Documentos por pagar		\$ 20,091.64
Cheques Mes de Enero Edison Martinez	\$ 3,211.18	
Cheques Mes de Enero David Martinez	\$ 8,468.11	
Cheques Mes de Febrero Edison Martinez	\$ 355.08	
Cheques Mes de Febrero David Martinez	\$ 3,840.73	
Cheques Mes de Marzo Edison Martinez		
Cheques Mes de Marzo David Martinez	\$ 4,216.54	
Otras Obligaciones Corrientes		\$ 9,193.04
Iva por Pagar David	\$ 2,769.38	
Iva por Pagar Edison	\$ 2,971.57	
Impuesto a la Renta por Pagar David	\$ 1,522.88	
Impuesto a la Renta por Pagar Edison	\$ 1,929.21	
TOTAL PASIVO		\$ 61,953.68
PATRIMONIO		\$ 135,648.79
Capital Social Suscrito	\$ 93,439.40	
Utilidad del Ejercicio 2023	\$ 42,209.39	
TOTAL DE PASIVO + PATRIMONIO		\$ 197,602.47

TIENDAS GUSMAR
ESTADO DE RESULTADOS
DEL 01 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2023

INGRESOS

Ingresos por Actividades Economicas		\$ 108,030.91	\$ 108,030.91
Venta de Bienes		\$ 108,030.91	
Venta Bruta con IVA	\$ 108,030.91		
Ventas	\$ 422,518.71		
Costo de Ventas	\$ 314,487.80		
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS			\$ 108,030.91

EGRESOS

Gastos			\$ 65,821.52
Gastos Administrativos		\$ 3,000.00	
Cuotas Socios	\$ 3,000.00		
Daniel Martinez	\$ 600.00		
Edison Martinez	\$ 600.00		
Gustavo y Margarita	\$ 600.00		
David Martinez	\$ 600.00		
Cristian Martinez	\$ 600.00		
Gastos de Venta		\$ 51,159.60	
Sueld. Salarios y demas Rem.	\$ 29,973.91		
Sueldo Gabriela Jarrin	\$ 7,065.39		
Sueldo David Martinez	\$ 2,044.60		
Sueldo Mayra Guaman	\$ 6,961.28		
Sueldo Monica Flores	\$ 2,526.66		
Sueldo Jessica Miranda	\$ 7,560.39		
Sueldo Hanna Promociones	\$ 55.80		
Sueldo katy Leon Promociones	\$ 1,143.71		
Sueldo Gabby Villaiva	\$ 45.00		
Sueldo Stefania	\$ 60.00		
XIV Gabriela	\$ 425.93		
XIV Mayra	\$ 428.47		
XIV Jessica	\$ 300.00		
XIII Gabriela	\$ 448.73		
XIII Mayra	\$ 451.29		
XIII Jessica	\$ 456.66		
Aport. A la Seg. Social (Incl. Fond. Res.)	\$ 4,836.24		
Aportes Patronales David y Edison	\$ 3,914.40		
Fondos de Reserva David y Edison	\$ 921.84		
Arrendamiento Operat.	\$ 6,000.00		
Arriendo 2023	\$ 6,000.00		
Publicidad	\$ 75.00		
Publicidad 2023	\$ 75.00		
Alimentacion ventas	\$ 914.90		
Alimentacion	\$ 914.90		
Suministros de aseo y Limpieza	\$ 740.58		
Compra, cloro, desinfectantes, alcohol	\$ 740.58		
Envios	\$ 529.37		
Envios de Mercaderia	\$ 529.37		
Servicios Basicos	\$ 1,487.52		
Servicios Basicos, Agua-Luz 2023	\$ 1,034.14		
Telefono 2023	\$ 453.38		
Suministros de Oficina	\$ 2,694.30		
Materiales de Oficina y Papeleria	\$ 188.05		
Fundas	\$ 2,506.25		
Otros Gastos	\$ 1,175.83		
Cena Socios	\$ 107.00		
Retencion	\$ 12.19		
Extintor	\$ 25.00		
Uniformes	\$ 168.00		
Otros Gastos Colaboraciones y Mantenimiento	\$ 444.81		
Gastos Navideños	\$ 248.00		
Seguridad	\$ 90.00		
Conos Plasticos	\$ 35.83		
Instalacion Microplus	\$ 45.00		
Gatos de Funcionamiento	\$ 153.71		
Gastos Municipales y de Bomberos 2023	\$ 153.71		
Imprenta	\$ 76.00		
Imprenta Factoreros	\$ 76.00		
SRI	\$ 2,111.24		
Impuesto a la Renta Michelle	\$ 60.00		
Impuesto a la Renta David	\$ 2,051.24		
Equipo de computo	\$ 391.00		
Cpu	\$ 391.00		
Gastos de Flancieros		\$ 11,661.92	
Comisiones y Retenciones Tarjetas	\$ 10,592.58		
Comisiones Bancarias	\$ 109.34		
Ahorro Programado Edison y David	\$ 960.00		
UTILIDAD DEL EJERCICIO			\$ 42,209.39

ELABORADO POR _____

RECIBIDO POR _____

Anexo 3. Estados Financieros de la asociación Calzafince

**ASOCIACION CALZAFINCE
BALANCE GENERAL
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2022**

	<u>DIC-2022</u>
Activos	
Activos corrientes	
Efectivo y equivalentes del efectivo	1,200.00
Inventario	23,050.20
Propiedad Planta y Equipo	<u>1,250.23</u>
Total Activos	<u><u>25,500.43</u></u>
Pasivos	
Pasivos corrientes	
Cuentas y documentos por pagar	(1,250.23)
Total Pasivos	<u>(1,250.23)</u>
Patrimonio	
Perdida o Utilidad	
Capital Social	<u>(24,250.20)</u>
Total Pasivos y Patrimonio	<u><u>(25,500.43)</u></u>

Sr. Rodrigo Lopez
PRESIDENTE

Ing. Pablo Carranza
CONTADOR

**CALZAFINCE
BALANCE DE RESULTADOS
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2022**

VENTAS	<u>19038.52</u>
VENTAS 12%	19038.52
COSTO DE VENTAS Y GASTOS	<u>17,450.14</u>
COMPRAS	17,450.14
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	
UTILIDAD NETA	<u><u>1,588.38</u></u>

Sr. Rodrigo Lopez
PRESIDENTE

Ing. Pablo Carranza
CONTADOR

**ASOCIACION CALZAFINCE
BALANCE GENERAL
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2023**

	DIC-2023
Activos	
Activos corrientes	
Efectivo y equivalentes del efectivo	800.00
Inventario	19,414.25
Propiedad Planta y Equipo	1,250.23
Total Activos	21,464.48
Pasivos	
Pasivos corrientes	
Cuentas y documentos por pagar	(3,250.20)
Total Pasivos	(3,250.20)
Patrimonio	
Perdida o Utilidad	
Capital Social	(18,214.28)
Total Pasivos y Patrimonio	(21,464.48)

Sr. Rodrigo Lopez
PRESIDENTE

Ing. Pablo Carranza
CONTADOR

**CALZAFINCE
BALANCE DE RESULTADOS
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2023**

VENTAS	15282.62
VENTAS 12%	15282.62
COSTO DE VENTAS Y GASTOS	15,524.36
COMPRAS	15,524.36
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	
UTILIDAD NETA	-241.74

Sr. Rodrigo Lopez
PRESIDENTE

Ing. Pablo Carranza
CONTADOR

Anexo 4. Estados Financieros de la asociación Alisson

Sistema de declaración de impuestos

a través de internet

Obligación Tributaria: 1021 - DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA SOCIEDADES
 Identificación: 1891806902001 Razon Social: FABRICA DE CALZADO ALISSON FACALIS S.A.S.
 Período Fiscal: AÑO 2022 Tipo Declaración: ORIGINAL
 Formulario Sustituye:

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA		
ACTIVO		
ACTIVOS CORRIENTES		
Efectivo y equivalentes al efectivo	311	1400.00
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CORRIENTES		
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR COMERCIALES CORRIENTES		
RELACIONADAS		
Locales	312	0.00
Del exterior	313	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de cuentas y documentos por cobrar comerciales por incobrabilidad (provisiones para créditos incobrables)	314	0.00
NO RELACIONADAS		
Locales	315	0.00
Del exterior	316	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de cuentas y documentos por cobrar comerciales por incobrabilidad (provisiones para créditos incobrables)	317	0.00
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CORRIENTES		
A ADICIONISTAS, SOCIOS, PARTICIPES, BENEFICIARIOS U OTROS TITULARES DE DERECHOS REPRESENTATIVOS DE CAPITAL		
Locales	318	0.00
Del exterior	319	0.00
DIVIDENDOS POR COBRAR		
En efectivo	320	0.00
En activos diferentes del efectivo	321	0.00
OTRAS RELACIONADAS		
Locales	322	0.00
Del exterior	323	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de otras cuentas y documentos por cobrar por incobrabilidad (provisiones para créditos incobrables)	324	0.00
OTRAS NO RELACIONADAS		
Locales	325	0.00
Del exterior	326	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de otras cuentas y documentos por cobrar por incobrabilidad (provisiones para créditos incobrables)	327	0.00
OTROS ACTIVOS FINANCIEROS CORRIENTES		

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	PÁGINA
SRIDEC2023095197352	87249943179	28-03-2023	1

À costo amortizado	328	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de otros activos financieros corrientes medidos a costo amortizado (provisiones para créditos incobrables)	329	0.00
A valor razonable	330	0.00
PORCIÓN CORRIENTE DE ARRENDAMIENTOS FINANCIEROS POR COBRAR		
Relacionadas		
Relacionadas	331	0.00
No relacionadas	332	0.00
IMPORTE BRUTO ADEUDADO POR LOS CLIENTES POR EL TRABAJO EJECUTADO EN CONTRATOS DE CONSTRUCCIÓN		
Relacionadas		
Relacionadas	333	0.00
No relacionadas	334	0.00
ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES		
Crédito tributario a favor del sujeto pasivo (ISD)		
Crédito tributario a favor del sujeto pasivo (ISD)	335	0.00
Crédito tributario a favor del sujeto pasivo (IVA)		
Crédito tributario a favor del sujeto pasivo (IVA)	336	0.00
Crédito tributario a favor del sujeto pasivo (Impuesto a la Renta)		
Crédito tributario a favor del sujeto pasivo (Impuesto a la Renta)	337	0.00
Otros		
Otros	338	0.00
INVENTARIOS		
Mercaderías en tránsito		
Mercaderías en tránsito	339	8500.00
Inventario de materia prima (no para la construcción)		
Inventario de materia prima (no para la construcción)	340	0.00
Inventario de productos en proceso (excluyendo obras/inmuebles en construcción para la venta)		
Inventario de productos en proceso (excluyendo obras/inmuebles en construcción para la venta)	341	0.00
Inventario de prod. term. y mercad. en almacén (excluyendo obras/inmuebles terminados para la venta)		
Inventario de prod. term. y mercad. en almacén (excluyendo obras/inmuebles terminados para la venta)	342	0.00
Inventario de suministros, herramientas, repuestos y materiales (no para la construcción)		
Inventario de suministros, herramientas, repuestos y materiales (no para la construcción)	343	0.00
Inventario de materia prima, suministros y materiales para la construcción		
Inventario de materia prima, suministros y materiales para la construcción	344	0.00
Inventario de obras/inmuebles en construcción para la venta		
Inventario de obras/inmuebles en construcción para la venta	345	0.00
Inventario de obras/inmuebles terminados para la venta		
Inventario de obras/inmuebles terminados para la venta	346	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de inventarios por ajuste al valor neto realizable	347	0.00
ACTIVOS NO CORRIENTES MANTENIDOS PARA LA VENTA		
Costo		
Costo	348	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de activos no corrientes mantenidos para la venta	349	0.00
ACTIVOS BIOLÓGICOS		
PLANTAS VIVAS Y FRUTOS EN CRECIMIENTO		
À costo		
À costo	350	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de activos biológicos medidos a costo	351	0.00
A valor razonable menos los costos de venta	352	0.00
ANIMALES VIVOS		
À costo		
À costo	353	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de activos biológicos medidos a costo	354	0.00
A valor razonable menos los costos de venta	355	0.00
GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO (PREPAGADOS)		
Propaganda y publicidad prepagada		
Propaganda y publicidad prepagada	356	0.00
Arrendamientos operativos pagados por anticipado		
Arrendamientos operativos pagados por anticipado	357	0.00
Primas de seguro pagadas por anticipado		
Primas de seguro pagadas por anticipado	358	0.00
Otros		
Otros	359	0.00
Otros Activos Corrientes	360	0.00
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	361	9900.00
ACTIVOS NO CORRIENTES		
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO		
TERRENOS		
Costo histórico antes de reexpresiones o revaluaciones		
Costo histórico antes de reexpresiones o revaluaciones	362	0.00

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	PÁGINA
SRIDEC2023095197352	87249943179	28-03-2023	2

Ajuste acumulado por reexpresiones o revaluaciones	363	0.00
EDIFICIOS Y OTROS INMUEBLES (EXCEPTO TERRENOS)		
Costo histórico antes de reexpresiones o revaluaciones	364	0.00
Ajuste acumulado por reexpresiones o revaluaciones	365	0.00
NAVES, AERONAVES, BARCAZAS Y SIMILARES		
Costo histórico antes de reexpresiones o revaluaciones	366	0.00
Ajuste acumulado por reexpresiones o revaluaciones	367	0.00
MAQUINARIA, EQUIPO, INSTALACIONES Y ADECUACIONES		
Costo histórico antes de reexpresiones o revaluaciones	368	0.00
Ajuste acumulado por reexpresiones o revaluaciones	369	0.00
PLANTAS PRODUCTORAS (AGRICULTURA)		
Costo histórico antes de reexpresiones o revaluaciones	370	0.00
Ajuste acumulado por reexpresiones o revaluaciones	371	0.00
Construcciones en Curso y Otros Activos en Tránsito	372	0.00
Muebles y enseres	373	0.00
Equipo de Computación	374	0.00
Vehículos, Equipo de Transporte y Camión Móvil	375	0.00
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO POR CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO FINANCIERO		
Terrenos	376	0.00
Edificios y otros inmuebles (excepto terrenos)	377	0.00
Naves, aeronaves, barcasas y similares	378	0.00
Maquinaria, equipo, instalaciones y adecuaciones	379	0.00
Equipo de computación	380	0.00
Vehículos, equipo de transporte y camión móvil	381	0.00
Otros	382	0.00
Otras Propiedades, Planta y Equipo	383	0.00
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA DE PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO		
Del costo histórico antes de reexpresiones o revaluaciones	384	0.00
Del ajuste acumulado por reexpresiones o revaluaciones	385	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de propiedades, planta y equipo	386	0.00
ACTIVOS INTANGIBLES		
Plusvalía o goodwill (derecho de llave)	387	0.00
Marcas, patentes, licencias y otros similares	388	0.00
Adecuaciones y mejoras en bienes arrendados mediante arrendamiento operativo	389	0.00
Derechos en acuerdos de concesión	390	0.00
Otros	391	0.00
(-) Amortización acumulada de activos intangibles	392	0.00
(-) Deterioro acumulado de activos intangibles	393	0.00
Derechos de uso por activos arrendados	490	0.00
(-) Amortización acumulada de derechos de uso por activos arrendados	491	0.00
PROPIEDADES DE INVERSIÓN		
TERRENOS		
A costo	394	0.00
A valor razonable	395	0.00
EDIFICIOS		
A costo	396	0.00
A valor razonable	397	0.00
(-) Depreciación Acumulada de Propiedades de Inversión	398	0.00

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	PÁGINA
SRIDEC2023095197352	872489443179	28-03-2023	3

(-) Deterioro Acumulado del Valor de Propiedades de Inversión	399	0.00
ACTIVOS BIOLÓGICOS		
PLANTAS VIVAS Y FRUTOS EN CRECIMIENTO		
A costo	400	0.00
(-) Depreciación acumulada de activos biológicos medidos a costo	401	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de activos biológicos medidos a costo	402	0.00
A valor razonable menos los costos de venta	403	0.00
ANIMALES VIVOS		
A costo	404	0.00
(-) Depreciación acumulada de activos biológicos medidos a costo	405	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de activos biológicos medidos a costo	406	0.00
A valor razonable menos los costos de venta	407	0.00
ACTIVOS PARA EXPLORACIÓN, EVALUACIÓN Y EXPLOTACIÓN DE RECURSOS MINERALES		
Tangibles	408	0.00
Intangibles	409	0.00
(-) Depreciación / amortización acumulada de activos para exploración, evaluación y explotación	410	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de activos para exploración, evaluación y explotación	411	0.00
INVERSIONES NO CORRIENTES		
EN SUBSIDIARIAS		
Costo	412	0.00
Ajuste acumulado por aplicación del método de la participación (valor patrimonial proporcional)	(+/-) 413	0.00
EN ASOCIADAS		
Costo	414	0.00
Ajuste acumulado por aplicación del método de la participación (valor patrimonial proporcional)	(+/-) 415	0.00
EN NEGOCIOS CONJUNTOS		
Costo	416	0.00
Ajuste acumulado por aplicación del método de la participación (valor patrimonial proporcional)	(+/-) 417	0.00
Otros Derechos Representativos de Capital en Sociedades que no son Subsidiarias, ni Asociadas, ni Negocios Conjuntos	418	0.00
(-) Deterioro Acumulado del Valor de Inversiones no Corrientes	419	0.00
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR NO CORRIENTES		
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR COMERCIALES NO CORRIENTES		
RELACIONADAS		
Locales	420	0.00
Del exterior	421	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de cuentas y documentos por cobrar comerciales por incobrabilidad (provisiones para créditos incobrables)	422	0.00
NO RELACIONADAS		
Locales	423	0.00
Del exterior	424	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de cuentas y documentos por cobrar comerciales por incobrabilidad (provisiones para créditos incobrables)	425	0.00
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR NO CORRIENTES		
A ACCIONISTAS, SOCIOS, PARTICIPES, BENEFICIARIOS U OTROS TITULARES DE DERECHOS REPRESENTATIVOS DE CAPITAL		
Locales	426	0.00
Del exterior	427	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de cuentas y documentos por cobrar por incobrabilidad (provisiones para créditos incobrables)	428	0.00
OTRAS RELACIONADAS		
Locales	429	0.00
Del exterior	430	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de cuentas y documentos por cobrar por incobrabilidad (provisiones para créditos incobrables)	431	0.00

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	PÁGINA
SRIDEC2023095197352	872489443179	28-03-2023	4

NO RELACIONADAS		
Locales	513	500.00
Del exterior	514	0.00
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR CORRIENTES		
A ACCIONISTAS, SOCIOS, PARTICIPES, BENEFICIARIOS U OTROS TITULARES DE DERECHOS REPRESENTATIVOS DE CAPITAL		
Locales	515	0.00
Del exterior	516	0.00
DIVIDENDOS POR PAGAR		
En efectivo	517	0.00
En activos diferentes del efectivo	518	0.00
OTRAS RELACIONADAS		
Locales	519	0.00
Del exterior	520	0.00
OTRAS NO RELACIONADAS		
Locales	521	0.00
Del exterior	522	0.00
OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS - CORRIENTES		
RELACIONADAS		
Locales	523	9000.00
Del exterior	524	0.00
NO RELACIONADAS		
Locales	525	0.00
Del exterior	526	0.00
Crédito A Mutuo		
Porción Corriente de Obligaciones Emitidas	527	0.00
OTROS PASIVOS FINANCIEROS		
A costo amortizado	528	0.00
A valor razonable	529	0.00
Porción Corriente de Arrendamientos Financieros Por Pagar	530	0.00
Pasivo corriente por arrendamiento	531	0.00
Impuesto A La Renta Por Pagar Del Ejercicio	593	0.00
PASIVOS CORRIENTES POR BENEFICIOS A LOS EMPLEADOS		
Participación trabajadores por pagar del ejercicio	532	0.00
Obligaciones con el IESS	533	0.00
Jubilación Patronal	534	0.00
Otros Pasivos Corrientes Por Beneficios a Empleados	535	0.00
PROVISIONES CORRIENTES		
Por garantías	536	0.00
Por desmantelamiento	537	0.00
Por contratos onerosos	538	0.00
Por reestructuraciones de negocios	539	0.00
Por reembolsos a clientes	540	0.00
Por litigios	541	0.00
Por pasivos contingentes asumidos en una combinación de negocios	542	0.00
Otras	543	0.00
PASIVOS POR INGRESOS DIFERIDOS		
Anticipos de clientes	544	0.00
Subvenciones del Gobierno	545	0.00
	546	0.00

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
	CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN
	SRIDEC2023095197352	872489443179	28-03-2023
			PÁGINA 6

OTRAS NO RELACIONADAS		
Locales	432	0.00
Del exterior	433	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de otras cuentas y documentos por cobrar por incobrabilidad (provisiones para créditos incobrables)	434	0.00
OTROS ACTIVOS FINANCIEROS NO CORRIENTES		
A costo amortizado	435	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de otros activos financieros no corrientes medidos a costo amortizado (provisiones para créditos incobrables)	436	0.00
A valor razonable	437	0.00
PORCIÓN NO CORRIENTE DE ARRENDAMIENTOS FINANCIEROS POR COBRAR		
Relacionadas	438	0.00
No Relacionadas	439	0.00
ACTIVOS POR IMPUESTOS DIFERIDOS		
Por diferencias temporarias	440	0.00
Por pérdidas tributarias sujetas a amortización en periodos siguientes	441	0.00
POR CRÉDITOS FISCALES NO UTILIZADOS		
Crédito tributario a favor del sujeto pasivo (ISD)	442	0.00
Crédito tributario a favor del sujeto pasivo (Impuesto a la Renta)	443	0.00
Otros	444	0.00
Otros Activos No Corrientes	445	0.00
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES		
	449	0.00
REVALUACIONES Y REEXPRESIONES DE ACTIVOS (INFORMATIVO)		
Ajustes acumulados por reexpresiones o revaluaciones de otras partidas de propiedades, planta y equipo (informativo)	460	0.00
(-) Depreciación acumulada de los ajustes acumulados por reexpresiones o revaluaciones de otras partidas de propiedades, planta y equipo (informativo)	461	0.00
Ajustes acumulados por reexpresiones o revaluaciones de activos intangibles (informativo)	462	0.00
(-) Amortización acumulada de los ajustes acumulados por reexpresiones o revaluaciones de activos intangibles (informativo)	463	0.00
Ajustes acumulados por reexpresiones o revaluaciones de propiedades de inversión (informativo)	464	0.00
(-) Depreciación acumulada de los ajustes acumulados por reexpresiones o revaluaciones de propiedades de inversión (informativo)	465	0.00
Ajustes acumulados por reexpresiones o revaluaciones de activos para exploración, evaluación y explotación de recursos minerales (informativo)	466	0.00
(-) Depreciación/amortización acumulada de los ajustes acumulados por reexpresiones o revaluaciones de activos para exploración, evaluación y explotación de recursos minerales (informativo)	467	0.00
Total de las revaluaciones y otros ajustes positivos producto de valoraciones financieras excluidos del cálculo del anticipo, para todos los activos (informativo)	468	0.00
(-) Total depreciación acumulada del ajuste acumulado por revaluaciones y otros ajustes negativos producto de valoraciones financieras excluidos del cálculo del anticipo, para todos los activos (informativo)	469	0.00
TERRENOS QUE SE EXCLUYEN DEL CÁLCULO DEL ANTIPO		
Total costo de terrenos en los que se desarrollan actividades agropecuarias (excluyendo sus revaluaciones o reexpresiones) (informativo)	470	0.00
Total deterioro acumulado del costo de terrenos en los que se desarrollan actividades agropecuarias (informativo)	471	0.00
Total costo de terrenos en los que se desarrollan proyectos inmobiliarios para la vivienda de interés social (excluyendo sus revaluaciones o reexpresiones) (informativo)	472	0.00
Total deterioro acumulado del costo de terrenos en los que se desarrollan proyectos inmobiliarios para la vivienda de interés social (informativo)	473	0.00
Total de intereses implícitos no devengados (futuros ingresos financieros en el estado de resultados) por acuerdos que constituyen efectivamente una transacción financiera o cobro diferido (informativo)	474	0.00
Activos (fideicomisos y generados) en fideicomisos mercantiles o encargos fiduciarios donde el contribuyente es constituyente o aportante (informativo)	475	0.00
Activos adquiridos por el valor de las utilidades reinvertidas generadas en el periodo anterior al declarado (informativo)	476	0.00
TOTAL DEL ACTIVO		
	499	9900.00

PASIVO		
PASIVOS CORRIENTES		
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR CORRIENTES		
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR COMERCIALES CORRIENTES		
RELACIONADAS		
Locales	511	0.00
Del exterior	512	0.00

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
	CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN
	SRIDEC2023095197352	872489443179	28-03-2023
			PÁGINA 5

Por reestructuraciones de negocios	579	0.00
Por reembolsos a clientes	580	0.00
Por litigios	581	0.00
Por pasivos contingentes asumidos en una combinación de negocios	582	0.00
Otros	583	0.00
PASIVOS POR INGRESOS DIFERIDOS		
Anticipos de clientes	584	0.00
Subvenciones del gobierno	585	0.00
Otros	586	0.00
OTROS PASIVOS NO CORRIENTES		
Transferencias casa matriz y sucursales (del exterior)	587	0.00
Otros	588	0.00
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	589	0.00
Total de intereses implícitos no devengados (futuros gastos financieros en el estado de resultados) por acuerdos que constituyen efectivamente una transacción financiera o pago diferido (Informativo)	591	0.00
Pasivos incurridos en fideicomisos mercantiles o encargos fiduciarios donde el contribuyente es constituyente o aportante (Informativo)	592	0.00
TOTAL DEL PASIVO	599	9500.00

PATRIMONIO		
Capital suscrito y/o asignado	601	400.00
(-) Capital suscrito no pagado, acciones en tesorería	602	0.00
Aportes de socios, accionistas, partícipes, fundadores, constituyentes, beneficiarios u otros titulares de derechos representativos de capital para futura capitalización	603	0.00
RESERVAS		
Reserva legal	604	0.00
Reserva facultativa	605	0.00
Otros	606	0.00
RESULTADOS ACUMULADOS		
Reserva de capital	607	0.00
Reserva por donaciones	608	0.00
Reserva por valuación (procedente de la aplicación de normas ecuatorianas de contabilidad - NEC)	609	0.00
Superávit por revaluación de inversiones (procedente de la aplicación de normas ecuatorianas de contabilidad - NEC)	610	0.00
Utilidades acumuladas de ejercicios anteriores	611	0.00
(-) Pérdidas acumuladas de ejercicios anteriores	612	0.00
Excedente / pérdida del ejercicio anterior (con socios)	(+/-) 613	0.00
Resultados acumulados por adopción por primera vez de las NIF	(+/-) 614	0.00
Utilidad del ejercicio	615	0.00
(-) Pérdida del ejercicio	616	0.00
Excedente / pérdida del ejercicio económico (con socios)	(+/-) 617	0.00
OTROS RESULTADOS INTEGRALES ACUMULADOS		
SUPERÁVIT DE REVALUACIÓN ACUMULADO		
Propiedades, Planta y Equipo	618	0.00
Activos intangibles	619	0.00
Otros	620	0.00
Ganancias y pérdidas acumuladas por inversiones en instrumentos de patrimonio medidos a valor razonable con cambios en otro resultado integral	(+/-) 621.0	0.00
Ganancias y pérdidas acumuladas por la conversión de estados financieros de un negocio en el extranjero	(+/-) 622.0	0.00
Ganancias y pérdidas actuariales acumuladas	(+/-) 623.0	0.00
La parte efectiva de las ganancias y pérdidas de los instrumentos de cobertura en una cobertura de flujos de efectivo	(+/-) 624.0	0.00
Otros	(+/-) 625.0	0.00

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
	CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN
	SRIDEC2023095197352	872489443179	28-03-2023
			PÁGINA
			8

Otros	547	0.00
OTROS PASIVOS CORRIENTES		
Transferencias casa matriz y sucursales (del exterior)	548	0.00
Otros	549	0.00
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	550	9500.00

PASIVOS NO CORRIENTES		
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR NO CORRIENTES		
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR COMERCIALES NO CORRIENTES		
RELACIONADAS		
Locales	553	0.00
Del exterior	554	0.00
NO RELACIONADAS		
Locales	555	0.00
Del exterior	556	0.00
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR NO CORRIENTES		
A ACCIONISTAS, SOCIOS, PARTICIPES, BENEFICIARIOS U OTROS TITULARES DE DERECHOS REPRESENTATIVOS DE CAPITAL		
Locales	557	0.00
Del exterior	558	0.00
OTRAS RELACIONADAS		
Locales	559	0.00
Del exterior	560	0.00
OTRAS NO RELACIONADAS		
Locales	561	0.00
Del exterior	562	0.00
OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS - NO CORRIENTES		
RELACIONADAS		
Locales	563	0.00
Del exterior	564	0.00
NO RELACIONADAS		
Locales	565	0.00
Del exterior	566	0.00
Crédito a mutuo	567	0.00
Porción no corriente de obligaciones emitidas	568	0.00
OTROS PASIVOS FINANCIEROS NO CORRIENTES		
A costo amortizado	569	0.00
A valor razonable	570	0.00
Porción no corriente de arrendamientos financieros por pagar	571	0.00
Pasivo no corriente por arrendamiento	574	0.00
Pasivo por impuesto a la Renta diferido	572	0.00
PASIVOS NO CORRIENTES POR BENEFICIOS A LOS EMPLEADOS		
Jubilación Patronal	573	0.00
Desahucio	574	0.00
Otros Pasivos No Corrientes Por Beneficios A Empleados	575	0.00
PROVISIONES NO CORRIENTES		
Por garantías	576	0.00
Por desmantelamiento	577	0.00
Por contratos onerosos	578	0.00

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
	CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN
	SRIDEC2023095197352	872489443179	28-03-2023
			PÁGINA
			7

Dividendos declarados (distribuidos) a favor de titulares de derechos representativos de capital en el ejercicio fiscal (Informativo)		626	0.00
Dividendos pagados (liquidados) a titulares de derechos representativos de capital en el ejercicio fiscal (Informativo)		527	0.00
TOTAL DEL PATRIMONIO		698	400.00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		699	900.00
ESTADO DEL RESULTADO INTEGRAL			
INGRESOS			
INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS			
VENTAS LOCALES DE BIENES			
	Total ingresos		Valor exento / no objeto
Gravadas con tarifa diferente de 0% de IVA	6001	48490.78	6002 0.00
Gravadas con tarifa 0% de Iva o exentas de IVA	6003	0.00	6004 0.00
PRESTACIONES LOCALES DE SERVICIOS			
	Total ingresos		Valor exento / no objeto
Gravadas con tarifa diferente de 0% de IVA	6005	0.00	6006 0.00
Gravadas con tarifa 0% de Iva o exentas de IVA	6007	0.00	6008 0.00
EXPORTACIONES NETAS			
	Total ingresos		Valor exento / no objeto
De bienes	6009	0.00	6010 0.00
De servicios	6011	0.00	6012 0.00
OTROS INGRESOS			
	Total ingresos		Valor exento / no objeto
Por prestación de servicios de construcción	6013	0.00	6014 0.00
Obtenidos bajo la modalidad de comisiones o similares (relaciones de agencia)	6015	0.00	6016 0.00
Obtenidos por arrendamientos operativos	6017	0.00	6018 0.00
TOTAL INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	1005	48490.78	
OTROS INGRESOS			
POR REGALÍAS Y OTRAS CESIONES DE DERECHOS			
	Total ingresos		Valor exento / no objeto
RELACIONADAS	6019	0.00	6020 0.00
NO RELACIONADAS	6021	0.00	6022 0.00
POR DIVIDENDOS			
	Total ingresos		Valor exento / no objeto
Procedentes de sociedades residentes o establecidas en Ecuador	6023	0.00	6024 0.00
Procedentes de sociedades no residentes ni establecidas en Ecuador	6025	0.00	6026 0.00
GANANCIAS NETAS POR REVERSIONES DE DETERIORO EN EL VALOR			
	Total ingresos		Valor exento / no objeto
De activos financieros (reversión de provisiones para créditos incobrables)	6041	0.00	6042 0.00
De inventarios	6043	0.00	6044 0.00
De activos no corrientes mantenidos para la venta	6045	0.00	6046 0.00
De activos biológicos	6047	0.00	6048 0.00
De propiedades, planta y equipo	6049	0.00	6050 0.00
De activos intangibles	6051	0.00	6052 0.00
De propiedades de inversión	6053	0.00	6054 0.00
De activos de exploración, evaluación y explotación de recursos minerales	6055	0.00	6056 0.00
De inversiones no corrientes	6057	0.00	6058 0.00

	La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			PÁGINA 9
	CÓDIGO VERIFICADOR SRIDEC2023095197352	NÚMERO SERIAL 872489443179	FECHA RECAUDACIÓN 28-03-2023	

Otros	6059	0.00	6060	0.00
GANANCIAS NETAS POR REVERSIONES DE PROVISIONES				
	Total ingresos		Valor exento / no objeto	
Por garantías	6061	0.00	6062	0.00
Por desmantelamientos	6063	0.00	6064	0.00
Por contratos onerosos	6065	0.00	6066	0.00
Por reestructuraciones de negocios	6067	0.00	6068	0.00
Por reembolsos a clientes	6069	0.00	6070	0.00
Por litigios	6071	0.00	6072	0.00
Por pasivos contingentes asumidos en una combinación de negocios	6073	0.00	6074	0.00
Otros	6075	0.00	6076	0.00
GANANCIAS NETAS POR REVERSIONES DE PASIVOS POR BENEFICIOS A LOS EMPLEADOS				
	Total ingresos		Valor exento / no objeto	
Jubilación patronal y desahucio	6077	0.00	6078	0.00
Otros	6079	0.00	6080	0.00
RENTAS NETAS PROVENIENTES DE DONACIONES Y APORTACIONES (PARA USO DE INSTITUCIONES DE CARÁCTER PRIVADOS SIN FINES DE LUCRO)				
	Total ingresos		Valor exento / no objeto	
De recursos públicos	6081	0.00	6082	0.00
De otras locales	6083	0.00	6084	0.00
Del exterior	6085	0.00	6086	0.00
POR REEMBOLSOS DE SEGUROS				
	Total ingresos		Valor exento / no objeto	
Por lucro cesante	6087	0.00	6088	0.00
Otros	6089	0.00	6090	0.00
	Total ingresos		Valor exento / no objeto	
Provenientes del exterior	6091	0.00	6092	0.00
Otros	6093	0.00	6094	0.00
INGRESOS FINANCIEROS Y OTROS NO OPERACIONALES				
INGRESOS FINANCIEROS				
ARRENDAMIENTO MERCANTIL				
	Total ingresos		Valor exento / no objeto	
RELACIONADAS	6095	0.00	6096	0.00
Local	6097	0.00	6098	0.00
Del exterior	6099	0.00	6100	0.00
NO RELACIONADAS	6101	0.00	6102	0.00
COSTOS DE TRANSACCIÓN (COMISIONES BANCARIAS, HONORARIOS, TASAS, ENTRE OTROS)				
	Total ingresos		Valor exento / no objeto	
RELACIONADAS	6103	0.00	6104	0.00
Local	6105	0.00	6106	0.00
Del exterior	6107	0.00	6108	0.00
NO RELACIONADAS	6109	0.00	6110	0.00
INTERESES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS				
	Total ingresos		Valor exento / no objeto	
RELACIONADAS	6111	0.00	6112	0.00
Local	6113	0.00	6114	0.00
Del exterior	6115	0.00	6116	0.00
NO RELACIONADAS	6117	0.00	6118	0.00
Local	6119	0.00	6120	0.00
Del exterior	6121	0.00	6122	0.00
INTERESES DEVENGADOS CON TERCEROS				

	La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			PÁGINA 10
	CÓDIGO VERIFICADOR SRIDEC2023095197352	NÚMERO SERIAL 872489443179	FECHA RECAUDACIÓN 28-03-2023	

(-) Inventario final de productos en proceso	7028	0.00		
Inventario inicial productos terminados	7031	0.00		
(-) Inventario final de productos terminados	7034	0.00		
(+/-) Ajustes	(+/-) 7037	0.00		(+/-) 7039 0.00

GASTOS POR BENEFICIOS A LOS EMPLEADOS Y HONORARIOS				
	Costo		Gasto	Valor no deducible
Sueldos, salarios y demás remuneraciones que constituyen materia gravada del Iess	7040	0.00	7041	7042 0.00
Beneficios sociales, indemnizaciones y otras remuneraciones que no constituyen materia gravada del IESS	7043	0.00	7044	7045 0.00
Aporte a la seguridad social (incluye fondo de reserva)	7046	0.00	7047	7048 0.00
Honorarios profesionales y dietas	7049	0.00	7050	7051 0.00
Honorarios y otros pagos a no residentes por servicios ocasionales	7052	0.00	7053	7054 0.00
Jubilación patronal	7055	0.00	7056	7057 0.00
Desahucio	7058	0.00	7059	7060 0.00
Otros	7061	0.00	7062	7063 0.00

GASTOS POR DEPRECIACIONES				
DEL COSTO HISTÓRICO DE PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO				
	Costo		Gasto	Valor no deducible
Accelerada	7064	0.00	7065	7066 0.00
No acelerada	7067	0.00	7068	7069 0.00
Del costo histórico de propiedades de inversión	7070	0.00	7071	7072 0.00
Del costo histórico de activos para exploración, evaluación y explotación de recursos minerales	7073	0.00	7074	7075 0.00

DEL AJUSTE ACUMULADO POR REEXPRESIONES O REVALUACIONES				
	Costo		Gasto	Valor no deducible
Propiedades, planta y equipo	7075	0.00	7077	7078 0.00
Propiedades de inversión	7079	0.00	7080	7081 0.00
Activos para exploración, evaluación y explotación de recursos minerales	7082	0.00	7083	7084 0.00
Otros	7085	0.00	7086	7087 0.00

GASTOS POR AMORTIZACIONES				
	Costo		Gasto	Valor no deducible
De Activos Biológicos	7088	0.00	7089	7090 0.00
Otras depreciaciones	7091	0.00	7092	7093 0.00

DEL COSTO HISTÓRICO DE Activos Intangibles				
	Costo		Gasto	Valor no deducible
Del costo histórico de activos para la exploración, evaluación y explotación de recursos minerales	7094	0.00	7095	7096 0.00
Del costo histórico de activos para la exploración, evaluación y explotación de recursos minerales	7097	0.00	7098	7099 0.00

DEL AJUSTE ACUMULADO POR REEXPRESIONES O REVALUACIONES				
	Costo		Gasto	Valor no deducible
Activos intangibles	7100	0.00	7101	7102 0.00
Activos para la exploración, Evaluación y explotación de recursos minerales	7103	0.00	7104	7105 0.00
Otros	7106	0.00	7107	7108 0.00

De derechos de uso por activos arrendados				
	Costo		Gasto	Valor no deducible
Otras amortizaciones	7109	0.00	7110	7111 0.00

PERDIDAS NETAS POR DETERIORO EN EL VALOR				
	Costo		Gasto	Valor no deducible
De activos financieros (de provisiones para créditos incobrables)			7113	7114 0.00
De inventarios	7115	0.00	7116	7117 0.00
De activos no corrientes mantenidos para la venta			7119	7120 0.00
De propiedades, planta y equipo			7122	7123 0.00
De activos intangibles	7124	0.00	7125	7126 0.00
De propiedades de inversión	7127	0.00	7128	7129 0.00
			7131	7132 0.00

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	PÁGINA
SRIDE2023095197352	872489443179	28-03-2023	12

RELACIONADAS	Total Ingresos	Valor exento / no objeto
Local	6119	6120 0.00
Del exterior	6121	6122 0.00
NO RELACIONADAS	Total Ingresos	Valor exento / no objeto
Local	6123	6124 0.00
Del exterior	6125	6126 0.00
Prestación de servicios de custodia de activos financieros	6241	6242 0.00
Prestación de servicios de operaciones de inversión en nombre de terceros	6251	6252 0.00
Por actividades de inversión, reinversión o de negociación de activos financieros (si la sociedad es administrada por una Institución Financiera)	6261	6262 0.00
Intereses implícitos devengados por acuerdos que constituyen efectivamente una transacción financiera o cobro diferido	6127	6128 0.00
Otros	6129	6130 0.00
Ganancias por medición de inversiones en asociadas y negocios conjuntos al método de la participación (valor patrimonial proporcional)	6131	6132 0.00
Otros	6133	6134 0.00
Ganancias netas procedentes de actividades discontinuadas	6135	6136 0.00
TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES	1045	0.00

TOTAL INGRESOS	Valor exento / no objeto
Ventas netas de propiedades, planta y equipo (Informativo)	6999 48490.78
Ingresos por reembolso como intermediario / monto total facturado por operadoras de transporte con puntos de emisión asignados a socios (Informativo)	6140 0.00
Dividendos declarados (distribuidos) a favor del contribuyente en el ejercicio fiscal (Informativo)	6141 0.00
Dividendos cobrados (recaudados) por el contribuyente en el ejercicio fiscal (Informativo)	6142 0.00
Ingresos obtenidos por las organizaciones previstas en la Ley de economía popular y solidaria (Informativo)	6143 0.00
Utilidades (Informativo)	6144 0.00
Excedentes (Informativo)	6145 0.00
Monto total facturado por comisionistas y similares (relaciones de agencia) (Informativo)	6146 0.00
Correspondiente a los valores brutos de los bienes o servicios vendidos bajo la modalidad de comisiones o similares (Informativo)	6147 0.00
Valor total correspondiente a las comisiones, descuentos, primas y similares sobre los valores brutos de los bienes o servicios vendidos bajo la modalidad de comisiones o similares (Informativo)	6148 0.00
Ingresos generados por compañías de transporte internacional por sus operaciones habituales de transporte (Informativo)	6149 0.00
Ingresos generados en fideicomisos mercantiles o encargos fiduciarios donde el contribuyente es constituyente o aportante (Informativo)	6150 0.00
Ingresos obtenidos en dinero electrónico (Informativo)	6151 0.00
Ingresos brutos totales según contabilidad	6152 48490.78

COSTOS Y GASTOS				
COSTO DE VENTAS				
	Costo		Gasto	Valor no deducible
Inventario inicial de bienes no producidos por el sujeto pasivo	7001	0.00		
Compras netas locales de bienes no producidos por el sujeto pasivo	7004	69673.75		7006 0.00
Importaciones de bienes no producidos por el sujeto pasivo	7007	0.00		7009 0.00
(-) Inventario final de bienes no producidos por el sujeto pasivo	7010	0.00		
Inventario inicial de materia prima	7013	0.00		
Compras netas locales de materia prima	7016	0.00		7018 0.00
Importaciones de materia prima	7019	0.00		7021 0.00
(-) Inventario final de materia prima	7022	0.00		
Inventario inicial de productos en proceso	7025	0.00		

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	PÁGINA
SRIDE2023095197352	872489443179	28-03-2023	11

De activos de exploración, evaluación y explotación de recursos minerales		7134	0.00	7135	0.00
De inversiones no concretadas		7137	0.00	7138	0.00
Otros	7139	0.00	7140	0.00	7141
CASTOS DE PROVISIONES					
	Costo		Gasto		Valor no deducible
Por garantías	7142	0.00	7143	0.00	7144
Por desmantelamientos	7145	0.00	7146	0.00	7147
Por contratos onerosos			7149	0.00	7150
Por reestructuraciones de negocios			7152	0.00	7153
Por reembolsos a clientes			7155	0.00	7156
Por litigios			7158	0.00	7159
Por pasivos contingentes asumidos en una combinación de negocios	7160	0.00	7161	0.00	7162
Otros	7163	0.00	7164	0.00	7165
PÉRDIDA EN VENTA DE ACTIVOS FIJOS					
	Costo		Gasto		Valor no deducible
Relacionadas	7166	0.00	7167	0.00	7168
No relacionadas	7169	0.00	7170	0.00	7171
OTROS GASTOS					
	Costo		Gasto		Valor no deducible
Promoción y publicidad			7173	0.00	7174
Transporte			7176	0.00	7177
Consumo de combustibles y lubricantes	7178	0.00	7179	0.00	7180
Gastos de viaje			7182	0.00	7183
Arrendamientos operativos			7185	0.00	7186
Suministros, herramientas, materiales y repuestos	7190	0.00	7191	0.00	7192
Pérdida en la enajenación de derechos representativos de capital			7194	0.00	7195
Mantenimiento y reparaciones	7196	0.00	7197	0.00	7198
Mermas	7199	0.00	7200	0.00	7201
Seguros y reaseguros (primas y cesiones)	7202	0.00	7203	0.00	7204
Gastos indirectos asignados desde el exterior por partes relacionadas	7205	0.00	7206	0.00	7207
Impuestos, contribuciones y otros	7208	0.00	7209	0.00	7210
COMISIONES Y SIMILARES (DIFERENTES DE LAS COMISIONES POR OPERACIONES FINANCIERAS)					
	Costo		Gasto		Valor no deducible
RELACIONADAS					
Local	7211	0.00	7212	0.00	7213
Del exterior	7214	0.00	7215	0.00	7216
NO RELACIONADAS					
Local	7217	0.00	7218	0.00	7219
Del exterior	7220	0.00	7221	0.00	7222
OPERACIONES DE REGALÍAS, SERVICIOS TÉCNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTARÍA Y SIMILARES					
	Costo		Gasto		Valor no deducible
RELACIONADAS					
Local	7223	0.00	7224	0.00	7225
Del exterior	7226	0.00	7227	0.00	7228
NO RELACIONADAS					
Local	7229	0.00	7230	0.00	7231
Del exterior	7232	0.00	7233	0.00	7234
	Costo		Gasto		Valor no deducible
Instalación, organización y similares	7235	0.00	7236	0.00	7237
IVA que se carga al costo o gasto	7238	0.00	7239	0.00	7240

	La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
	CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	PÁGINA
	SRIDEC2023095197352	872489443179	28-03-2023	13

Servicios públicos	7241	0.00	7242	0.00	7243
Pérdidas por siniestros			7245	0.00	7246
Otros	7247	0.00	7248	0.00	7249

GASTOS FINANCIEROS Y OTROS NO OPERACIONALES					
GASTOS FINANCIEROS					
ARRENDAMIENTO MERCANTIL					
			Gasto		Valor no deducible
RELACIONADAS					
Local			7251	0.00	7252
Del exterior			7254	0.00	7255
NO RELACIONADAS					
Local			7257	0.00	7258
Del exterior			7260	0.00	7261
COSTOS DE TRANSACCIÓN (COMISIONES BANCARIAS, HONORARIOS, TASAS, ENTRE OTROS)					
			Gasto		Valor no deducible
RELACIONADAS					
Local			7263	0.00	7264
Del exterior			7266	0.00	7267
NO RELACIONADAS					
Local			7269	0.00	7270
Del exterior			7272	0.00	7273
INTERESES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS					
			Gasto		Valor no deducible
RELACIONADAS					
Local			7275	0.00	7276
Del exterior			7278	0.00	7279
NO RELACIONADAS					
Local			7281	0.00	7282
Del exterior			7284	0.00	7285
INTERESES PAGADOS A TERCEROS					
			Gasto		Valor no deducible
RELACIONADAS					
Local			7287	0.00	7288
Del exterior			7290	0.00	7291
NO RELACIONADAS					
Local			7293	0.00	7294
Del exterior			7296	0.00	7297
INTERESES DEL PASIVO POR ARRENDAMIENTO					
			Gasto		Valor no deducible
Reversiones del descuento de provisiones que fueron reconocidas a su valor presente			7299	0.00	7300
Intereses implícitos devengados por acuerdos que constituyen efectivamente una transacción financiera o pago diferido			7302	0.00	7303
Otros			7305	0.00	7306
			Gasto		Valor no deducible
Pérdidas por medición de inversiones en asociadas y negocios conjuntos al método de la participación (valor patrimonial proporcional)			7308	0.00	7309
Otros			7311	0.00	7312
			Gasto		Valor no deducible
Pérdidas netas procedentes de actividades discontinuadas			7314	0.00	7315
TOTAL COSTOS OPERACIONALES					7991
TOTAL GASTOS					7992
TOTAL COSTOS Y GASTOS					7999
Baja de inventario (Informativo)					7901
Pago por reembolso como reembolsante / monto total facturado por socios por puntos de emisión a operadoras de transporte (Informativo)					7902

	La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
	CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	PÁGINA
	SRIDEC2023095197352	872489443179	28-03-2023	14

Pago por reembolso como intermediario (Informativo)	7903	0.00
No. de RUC del profesional que realizó el cálculo actuarial para el contribuyente (Informativo)	7904	
Costos y gastos generados en fideicomisos mercantiles o encargos fiduciarios donde el contribuyente es constituyente o aportante (Informativo)	7905	0.00
Gastos atribuidos a ingresos no objeto de impuesto a la renta	7906	0.00
Costos y gastos realizados con dinero electrónico (Informativo)	7907	0.00
Incentivos ley de solidaridad (inversiones nuevas, exoneración para IFS y compensación por el exceso de las contribuciones solidarias)	7908	0.00

CONCILIACIÓN TRIBUTARIA		
UTILIDAD DEL EJERCICIO	801	0.00
PÉRDIDA DEL EJERCICIO	802	21182.97

CÁLCULO DE BASE PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES			
	Generación	Reversión	
Ingresos por mediciones de activos biológicos al valor razonable menos costos de venta	094	0.00	095 0.00
Pérdidas, costos y gastos por mediciones de activos biológicos al valor razonable menos costos de venta	096	0.00	097 0.00
Base de cálculo de participación a trabajadores			098 0.00

DIFERENCIAS PERMANENTES			
(-) Participación a trabajadores			803 0.00
(-) Dividendos exentos y efectos por método de participación (valor patrimonial proporcional)	campos: 6024 + 6026 + 6132		804 0.00
(-) Otras rentas exentas e ingresos no objeto de Impuesto a la Renta (no relacionadas a actividades con Impuesto a la Renta Único)			805 0.00
(+) Gastos no deducibles locales			806 0.00
(+) Gastos no deducibles del exterior			807 0.00
(+) Gastos incurridos para generar ingresos exentos y gastos atribuidos a ingresos no objeto de Impuesto a la Renta			808 0.00
(+) Participación trabajadores atribuible a ingresos exentos y no objeto de impuesto a la renta	Fórmula: [(804x15%) + [(805-808)x15%]]		809 0.00
(-) Deduciones adicionales			810 0.00
(+) Ajuste por precios de transferencia			811 0.00
(-) Ingresos sujetos a Impuesto a la Renta Único			812 0.00
(+) Costos y gastos incurridos para generar ingresos sujetos a Impuesto a la Renta Único			813 0.00

INGRESOS, COSTOS Y GASTOS CORRESPONDIENTES AL IMPUESTO A LA RENTA ÚNICO (IRU)			
IRU ACTIVIDAD BANANERA			
Ingresos sujetos al Impuesto a la Renta Único para las actividades del Sector Bananero (producción y venta local)			1100 0.00
Ingresos sujetos al Impuesto a la Renta Único para las actividades del Sector Bananero (exportación)			1101 0.00
Costos y gastos incurridos para generar ingresos sujetos a Impuesto a la Renta Único para las actividades del Sector Bananero (producción y venta local)			1102 0.00
Costos y gastos incurridos para generar ingresos sujetos a Impuesto a la Renta Único para las actividades del Sector Bananero (exportación)			1103 0.00
Ajuste por precios de transferencia para los ingresos sujetos al Impuesto a la Renta Único para las actividades del Sector Bananero (Informativo)			1150 0.00
IRU ACTIVIDAD AGROPECUARIA			
Ingresos sujetos al Impuesto a la Renta Único para las actividades Agropecuarias (producción y comercialización local)			1104 0.00
Ingresos sujetos al Impuesto a la Renta Único para las actividades Agropecuarias (exportación)			1105 0.00
Costos y gastos incurridos para generar ingresos sujetos a Impuesto a la Renta Único para las actividades Agropecuarias (producción y comercialización local)			1106 0.00
Costos y gastos incurridos para generar ingresos sujetos a Impuesto a la Renta Único para las actividades Agropecuarias (exportación)			1107 0.00
IRU ACTIVIDAD DE ENAJENACIÓN DE DERECHOS REPRESENTATIVOS DE CAPITAL			
Ingresos (utilidad) sujetos al Impuesto a la Renta Único en la enajenación de derechos representativos de capital			1110 0.00
Costos y gastos incurridos para generar ingresos sujetos a Impuesto a la Renta Único en la enajenación de derechos representativos de capital			1111 0.00
(-) Ingresos sujetos al Impuesto a la Renta del Régimen Impositivo de Microempresas o del Régimen Simplificado para Emprendedores (RIMPE)			1112 48490.78
(+) Costos y gastos incurridos para generar ingresos sujetos al Impuesto a la Renta del Régimen Impositivo de Microempresas o del Régimen Simplificado para Emprendedores (RIMPE)			1113 69673.75

GENERACIÓN REVERSIÓN DE DIFERENCIAS TEMPORARIAS (IMPUESTOS DIFERIDOS)			
	Generación	Reversión	
Por valor neto realizable de inventarios	814	0.00	815 0.00
Por provisiones para desahucio pensiones jubilares patronales	816	0.00	817 0.00
Por costos estimados de desmantelamiento	818	0.00	819 0.00

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
	CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN
	SRIDEC2023095197352	872489443179	28-03-2023
			PÁGINA
			15

Por deterioros del valor de propiedades, planta y equipo		0.00	821 0.00
Por provisiones (diferentes de cuentas incobrables, desmantelamiento, desahucio y jubilación patronal)	822	0.00	823 0.00
Por la diferencia entre los cánones de arrendamiento pactados y los cargos que deban registrarse por el reconocimiento de un activo por derecho de uso	1114	0.00	1115 0.00
POR CONTRATOS DE CONSTRUCCIÓN			
Ingresos provenientes de contratos de construcción			1116 0.00
Pérdidas, costos y gastos provenientes de contratos de construcción	1118	0.00	1119 0.00
POR MEDICIONES DE ACTIVOS NO CORRIENTES MANTENIDOS PARA LA VENTA			
Ganancias que surjan de la medición de activos no corrientes mantenidos para la venta	1120	0.00	1121 0.00
Pérdidas que surjan de la medición de activos no corrientes mantenidos para la venta	1122	0.00	1123 0.00
POR MEDICIONES DE ACTIVOS BIOLÓGICOS AL VALOR RAZONABLE MENOS COSTO DE VENTA			
Ingresos	828	0.00	829 0.00
Pérdidas, costos y gastos	830	0.00	831 0.00
Amortización pérdidas tributarias de años anteriores			
Por otras diferencias temporarias permitidas por la normativa tributaria	(+/-) 834	0.00	(+/-) 835 0.00
Utilidad gravable			836 0.00
Pérdida sujeta a amortización en periodos siguientes			837 0.00

INFORMACIÓN RELACIONADA CON EL DEBER DE INFORMAR LA COMPOSICIÓN SOCIETARIA A LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA (ANEXO DE ACCIONISTAS - APS)			
¿Cumple el deber de informar sobre la composición societaria dentro de los plazos establecidos?	838		No
Porcentaje de la composición societaria no informada (dentro de los plazos establecidos)	839		0.000000
Porcentaje de la composición societaria correspondiente a periodos fiscales al 31 de diciembre del ejercicio declarado que sí ha sido informada	840		0.000000

INFORMACIÓN RELACIONADA POR RESULTADOS OBTENIDOS DENTRO Y FUERA DE ZEDES			
¿Contribuyente declarante es administrador o operador de ZEDE?			841 No aplica
INFORMACIÓN RELACIONADA POR RESULTADOS OBTENIDOS DENTRO Y FUERA DE ZEDES			
	Aplicable a territorio ZEDE	Aplicable a territorio fuera de ZEDE	
Utilidad gravable	842	0.00	843 0.00
Pérdida sujeta a amortización en periodos siguientes	844	0.00	845 0.00
Utilidad a reinvertir y capitalizar (sujeta legalmente a reducción de la tarifa)	846	0.00	847 0.00
Saldo utilidad gravable	848	0.00	849 0.00

¿Es una empresa existente con nuevas inversiones productivas que genera empleo neto y debe aplicar la proporcionalidad del Impuesto a la Renta?			
Porcentaje de reducción de tarifa aplicable en el caso de empresas existentes con nuevas inversiones productivas que genera empleo neto			850 0.00
Totál impuesto causado			800 0.00
Saldo del anticipo pendiente de pago (traslade campo 876 declaración periodo anterior - vigente hasta el ejercicio fiscal 2018)			851 0.00
Anticipo determinado correspondiente al ejercicio fiscal declarado (traslade campo 879 declaración periodo anterior)			853 0.00
(-) Anticipo reducido correspondiente al ejercicio fiscal declarado (aplica únicamente para el ejercicio 2017)	(851-852)		854 0.00
(+) Impuesto a la Renta causado mayor al anticipo reducido	(850-853)		855 0.00
(-) Crédito tributario generado por anticipo (en régimen general aplica para ejercicios anteriores al 2010)			062 S
¿Para el periodo fiscal seleccionado, la sociedad está sujeta al Régimen Simplificado para Emprendedores (RIMPE)?			063 344.91
(+) Impuesto a la Renta Causado del Régimen Simplificado para Emprendedores (RIMPE)			856 0.00
(+) Saldo del anticipo pendiente de pago (vigente hasta el ejercicio fiscal 2018)			857 215.50
(-) Retenciones en la fuente que le realizaron en el ejercicio fiscal (excepto retenciones aplicables al régimen de microempresas y de las actividades sujetas al Impuesto a la Renta Único)			858 0.00
(-) Retenciones por dividendos anticipados			859 0.00
(-) Retenciones o impuesto pagado por ingresos provenientes del exterior con derecho a crédito tributario			860 0.00
(-) Autorretenciones efectuadas sobre los ingresos gravados por aplicación del Artículo 92.1 del RALRTI (aplica a IFS, empresas de telefonía móvil y con contratos para la exploración y explotación de hidrocarburos)			861 0.00
(-) Anticipo de impuesto a la renta pagado por espectáculos públicos			862 0.00
(-) Intereses por el anticipo de impuesto a la Renta pagado voluntariamente			863 0.00
(-) Anticipo de Impuesto a la Renta pagado voluntariamente			864 0.00
(-) Crédito tributario por impuesto a la utilidad en la compraventa de predios urbanos y plusvalía pagados a Municipios (para actividades de urbanización, lotización y otras similares)			865 0.00

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
	CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN
	SRIDEC2023095197352	872489443179	28-03-2023
			PÁGINA
			16

(-) Crédito tributario de años anteriores	861	0.00
(-) CRÉDITO TRIBUTARIO GENERADO POR IMPUESTO A LA SALIDA DE DIVISAS		
Generado en el ejercicio fiscal declarado	862	0.00
Generado en ejercicios fiscales anteriores	863	0.00
(4) Valor del beneficio en impuesto de una sociedad que dispone de un contrato de inversión con estabilidad en la tarifa de Impuesto a la Renta, de acuerdo a lo señalado en el COPCI	048	0.00
(4) Valor del beneficio en impuesto por la reducción de tres puntos porcentuales (3%) del Impuesto a la Renta para el desarrollo de nuevas inversiones	059	0.00
(3) Valor del beneficio en impuesto por la reducción especial de la tarifa de Impuesto a la Renta por la suscripción de Contratos de Inversión	060	0.00
Porcentaje de reducción especial de la tarifa de Impuesto a la Renta por la suscripción de Contratos de Inversión	061	0.000000
Subtotal impuesto a pagar	865	129.41
Subtotal saldo a favor	866	0.00
(+) Impuesto a la Renta Único	867	0.00
LÍQUIDACIÓN DEL IMPUESTO A LA RENTA ÚNICO		
IRU SECTOR BANANERO		
(+) Impuesto a la Renta Único calculado para las actividades del Sector Bananero (producción y venta local)	1124	0.00
(+) Impuesto a la Renta Único calculado para las actividades del Sector Bananero (exportación)	1125	0.00
Impuesto a la Renta Único calculado para las actividades del Sector Bananero (componente exportación)	1126	0.00
Impuesto a la Renta Único calculado para las actividades del Sector Bananero (componente producción propia)	1127	0.00
(-) Exoneración del Impuesto a la Renta Único para las actividades del Sector Bananero por nuevas inversiones	1128	0.00
(-) Exoneración del Impuesto a la Renta Único para las actividades del Sector Bananero por creación de nuevas sociedades	1129	0.00
(-) Exoneración del Impuesto a la Renta Único para las actividades del Sector Bananero por otros conceptos	1130	0.00
(-) Retenciones en la fuente por Impuesto a la Renta Único para las actividades del Sector Bananero (producción y venta local)	1131	0.00
(-) Retenciones en la fuente por Impuesto a la Renta Único para las actividades del Sector Bananero (exportación)	1132	0.00
(*) Crédito tributario por Impuesto a la Renta Único para las actividades del Sector Bananero (informativo)	1133	0.00
(5) Impuesto a la Renta Único a pagar por actividades del Sector Bananero	1134	0.00
IRU ACTIVIDAD AGROPECUARIA		
(+) Impuesto a la Renta Único calculado para las actividades Agropecuarias (producción y comercialización local)	1135	0.00
(+) Impuesto a la Renta Único calculado para las actividades Agropecuarias (exportación)	1136	0.00
(-) Exoneración del Impuesto a la Renta Único para las actividades Agropecuarias por nuevas inversiones	1137	0.00
(-) Exoneración del Impuesto a la Renta Único para las actividades Agropecuarias por creación de nuevas sociedades	1138	0.00
(-) Exoneración del Impuesto a la Renta Único para las actividades Agropecuarias por otros conceptos	1139	0.00
(-) Retenciones en la fuente por Impuesto a la Renta Único para las actividades Agropecuarias (producción y comercialización local)	1140	0.00
(-) Retenciones en la fuente por Impuesto a la Renta Único para las actividades Agropecuarias (exportación)	1141	0.00
(-) Retenciones en la fuente de otros regímenes aplicables al Impuesto a la Renta Único para actividades Agropecuarias (exportación)	1142	0.00
(-) Crédito tributario por Impuesto a la Renta Único para las actividades Agropecuarias (informativo)	1143	0.00
(-) Impuesto a la Renta Único a pagar por actividades Agropecuarias	1144	0.00
IRU EN LA UTILIDAD POR ENAJENACIÓN DE DERECHOS REPRESENTATIVOS DE CAPITAL		
(+) Impuesto a la Renta Único en la enajenación de derechos representativos de capital	1147	0.00
(-) Crédito tributario para la liquidación del Impuesto a la Renta Único en la enajenación de derechos representativos de capital	1148	0.00
(-) Crédito tributario del Régimen Impositivo para Microempresas	1149	0.00
Impuesto a la Renta a pagar	869	129.41
Saldo a favor contribuyente	870	0.00

ANTICIPO (PRÓXIMO AÑO)

ANTICIPO DE IMPUESTO A LA RENTA PRÓXIMO AÑO		
Anticipo calculado próximo año (Informativo a partir del ejercicio fiscal 2019)	871	0.00
OTRO RESULTADO INTEGRAL DEL PERÍODO (INFORMATIVO)		
GANANCIAS Y PÉRDIDAS POR REVALUACIONES		
(+/-) Propiedades, planta y equipo	880	0.00

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
	CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	PÁGINA
	SRIDEC2023095197352	872489443179	17
		FECHA RECAUDACIÓN	
		28-03-2023	

(+/-) Activos intangibles	881	0.00
(+/-) Otros	882	0.00
(+/-) Ganancias y pérdidas por inversiones en instrumentos de patrimonio medidos a valor razonable con cambios en otro resultado integral	883	0.00
(+/-) Ganancias y pérdidas por la conversión de estados financieros de un negocio en el extranjero	884	0.00
(+/-) Ganancias y pérdidas actuariales	885	0.00
(+/-) La parte efectiva de las ganancias y pérdidas de los instrumentos de cobertura en una cobertura de flujos de efectivo	886	0.00
(+/-) Otros	887	0.00
GASTO (INGRESO) POR IMPUESTO A LA RENTA DEL PERÍODO (INFORMATIVO)		
Gasto (ingreso) por impuesto a la renta corriente	(+/-) 888	0.00
Gasto (ingreso) por impuesto a la renta diferido	(+/-) 889	0.00

TOTALES		
Pago previo (informativo)	890	0.00
DETALLE DE IMPUTACIÓN AL PAGO (PARA DECLARACIONES SUSTITUTIVAS)		
Interés	897	0.00
Impuesto	898	0.00
Multa	899	0.00
VALORES A PAGAR Y FORMAS DE PAGO (LUEGO DE IMPUTACIÓN AL PAGO EN DECLARACIONES SUSTITUTIVAS)		
TOTAL IMPUESTO A PAGAR	902	129.41
Interés por mora	903	0.00
Multa	904	0.00
TOTAL PAGADO	999	129.41

VENTAS LOCALES DE BIENES - Gravadas con tarifa diferente de 0% de IVA		
Descripción	Total Ingresos	Valor exento / no objeto
02 CON NO RELACIONADAS	48,490.78	0

COSTO DE VENTAS - Compras netas locales de bienes no producidos por el sujeto pasivo		
Descripción	Costo	Valor no deducible
02 CON NO RELACIONADAS	69,673.75	0

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
	CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	PÁGINA
	SRIDEC2023095197352	872489443179	18
		FECHA RECAUDACIÓN	
		28-03-2023	



Sistema de declaración de impuestos

a través de internet

Obligación Tributaria: 1021 - DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA SOCIEDADES
 Identificación: 1891806902001 Razon Social: FABRICA DE CALZADO ALISSON FACALIS S.A.S.
 Período Fiscal: AÑO 2023 Tipo Declaración: ORIGINAL
 Formulario Sustituye:

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ACTIVO		
ACTIVOS CORRIENTES		
Efectivo y equivalentes al efectivo	311	1200.00
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CORRIENTES		
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR COMERCIALES CORRIENTES		
RELACIONADAS		
Locales	312	0.00
Del exterior	313	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de cuentas y documentos por cobrar comerciales por incobrabilidad (provisiones para créditos incobrables)	314	0.00
NO RELACIONADAS		
Locales	315	0.00
Del exterior	316	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de cuentas y documentos por cobrar comerciales por incobrabilidad (provisiones para créditos incobrables)	317	0.00
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CORRIENTES		
A ACCIONISTAS, SOCIOS, PARTICIPES, BENEFICIARIOS U OTROS TITULARES DE DERECHOS REPRESENTATIVOS DE CAPITAL		
Locales	318	0.00
Del exterior	319	0.00
DIVIDENDOS POR COBRAR		
En efectivo	320	0.00
En activos diferentes del efectivo	321	0.00
OTRAS RELACIONADAS		
Locales	322	0.00
Del exterior	323	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de otras cuentas y documentos por cobrar por incobrabilidad (provisiones para créditos incobrables)	324	0.00
OTRAS NO RELACIONADAS		
Locales	325	0.00
Del exterior	326	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de otras cuentas y documentos por cobrar por incobrabilidad (provisiones para créditos incobrables)	327	0.00
OTROS ACTIVOS FINANCIEROS CORRIENTES		

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	PÁGINA
SRIDEC2024111276750	872649092589	28-03-2024	1

A costo amortizado	328	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de otros activos financieros corrientes medidos a costo amortizado (provisiones para créditos incobrables)	329	0.00
A valor razonable	330	0.00
PORCIÓN CORRIENTE DE ARRENDAMIENTOS FINANCIEROS POR COBRAR		
Relacionadas	331	0.00
No relacionadas	332	0.00
IMPORTE BRUTO ADEUDADO POR LOS CLIENTES POR EL TRABAJO EJECUTADO EN CONTRATOS DE CONSTRUCCIÓN		
Relacionadas	333	0.00
No relacionadas	334	0.00
ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES		
Crédito tributario a favor del sujeto pasivo (ISD)	335	0.00
Crédito tributario a favor del sujeto pasivo (IVA)	336	0.00
Crédito tributario a favor del sujeto pasivo (Impuesto a la Renta)	337	0.00
Otros	338	0.00
INVENTARIOS		
Mercaderías en tránsito	339	7500.00
Inventario de materia prima (no para la construcción)	340	0.00
Inventario de productos en proceso (excluyendo obras/inmuebles en construcción para la venta)	341	0.00
Inventario de prod. term. y mercad. en almacén (excluyendo obras/inmuebles terminados para la venta)	342	0.00
Inventario de suministros, herramientas, repuestos y materiales (no para la construcción)	343	0.00
Inventario de materia prima, suministros y materiales para la construcción	344	0.00
Inventario de obras/inmuebles en construcción para la venta	345	0.00
Inventario de obras/inmuebles terminados para la venta	346	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de inventarios por ajuste al valor neto realizable	347	0.00
ACTIVOS NO CORRIENTES MANTENIDOS PARA LA VENTA		
Costo	348	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de activos no corrientes mantenidos para la venta	349	0.00
ACTIVOS BIOLÓGICOS		
PLANTAS VIVAS Y FRUTOS EN CRECIMIENTO		
A costo	350	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de activos biológicos medidos a costo	351	0.00
A valor razonable menos los costos de venta	352	0.00
ANIMALES VIVOS		
A costo	353	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de activos biológicos medidos a costo	354	0.00
A valor razonable menos los costos de venta	355	0.00
GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO (PREPAGADOS)		
Propaganda y publicidad prepagada	356	0.00
Arrendamientos operativos pagados por anticipado	357	0.00
Primas de seguro pagadas por anticipado	358	0.00
Otros	359	0.00
Otros Activos Corrientes	360	0.00
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	361	8700.00

ACTIVOS NO CORRIENTES

PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO		
TERRENOS		
Costo histórico antes de reexpresiones o revaluaciones	362	0.00

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	PÁGINA
SRIDEC2024111276750	872649092589	28-03-2024	2

Ajuste acumulado por reexpresiones o revaluaciones	363	0.00
EDIFICIOS Y OTROS INMUEBLES (EXCEPTO TERRENOS)		
Costo histórico antes de reexpresiones o revaluaciones	364	0.00
Ajuste acumulado por reexpresiones o revaluaciones	365	0.00
NAVES, AERONAVES, BARCAZAS Y SIMILARES		
Costo histórico antes de reexpresiones o revaluaciones	366	0.00
Ajuste acumulado por reexpresiones o revaluaciones	367	0.00
MAQUINARIA, EQUIPO, INSTALACIONES Y ADECUACIONES		
Costo histórico antes de reexpresiones o revaluaciones	368	4000.00
Ajuste acumulado por reexpresiones o revaluaciones	369	0.00
PLANTAS PRODUCTORAS (AGRICULTURA)		
Costo histórico antes de reexpresiones o revaluaciones	370	0.00
Ajuste acumulado por reexpresiones o revaluaciones	371	0.00
Construcciones en Curso y Otros Activos en Tránsito	372	0.00
Muebles y enseres	373	0.00
Equipo de Computación	374	0.00
Vehículos, Equipo de Transporte y Camionero Móvil	375	0.00
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO POR CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO FINANCIERO		
Terrenos	376	0.00
Edificios y otros inmuebles (excepto terrenos)	377	0.00
Naves, aeronaves, barcas y similares	378	0.00
Maquinaria, equipo, instalaciones y adecuaciones	379	0.00
Equipo de computación	380	0.00
(-) Vehículos, equipo de transporte y camionero móvil	381	0.00
Otros	382	0.00
Otras Propiedades, Planta y Equipo	383	0.00
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA DE PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO		
Del costo histórico antes de reexpresiones o revaluaciones	384	0.00
Del ajuste acumulado por reexpresiones o revaluaciones	385	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de propiedades, planta y equipo	386	0.00
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO PARA LAS ACTIVIDADES MINERAS		
Propiedades, planta y equipo asociados a las reservas mineras	1151	0.00
(-) Depreciación acumulada propiedades, planta y equipo asociados a las reservas mineras	1152	0.00
(-) Deterioro acumulado propiedades, planta y equipo asociados a las reservas mineras	1153	0.00
ACTIVOS INTANGIBLES		
Plusvalía o goodwill (derecho de llave)	387	0.00
Marcas, patentes, licencias y otros similares	388	0.00
Adecuaciones y mejoras en bienes arrendados mediante arrendamiento operativo	389	0.00
Derechos en acuerdos de concesión	390	0.00
Otros	391	0.00
(-) Amortización acumulada de activos intangibles	392	0.00
(-) Deterioro acumulado de activos intangibles	393	0.00
Derechos de uso por activos arrendados	490	0.00
(-) Amortización acumulada de derechos de uso por activos arrendados	491	0.00

PROPIEDADES DE INVERSIÓN		
TERRENOS		
A costo	394	0.00
A valor razonable	395	0.00

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	PÁGINA
SRIDEC2024111276750	872649092589	28-03-2024	3

EDIFICIOS		
A costo	396	0.00
A valor razonable	397	0.00
(-) Depreciación Acumulada de Propiedades de Inversión	398	0.00
(-) Deterioro Acumulado del Valor de Propiedades de Inversión	399	0.00

ACTIVOS BIOLÓGICOS		
PLANTAS VIVAS Y FRUTOS EN CRECIMIENTO		
A costo	400	0.00
(-) Depreciación acumulada de activos biológicos medidos a costo	401	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de activos biológicos medidos a costo	402	0.00
A valor razonable menos los costos de venta	403	0.00

ANIMALES VIVOS		
A costo	404	0.00
(-) Depreciación acumulada de activos biológicos medidos a costo	405	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de activos biológicos medidos a costo	406	0.00
A valor razonable menos los costos de venta	407	0.00

ACTIVOS PARA EXPLORACIÓN, EVALUACIÓN Y EXPLOTACIÓN DE RECURSOS MINERALES		
Inversiones realizadas en las fases de prospección, exploración inicial, exploración avanzada y evaluación económica del yacimiento	1154	0.00
Inversiones de exploración complementaria durante la fase de explotación	1155	0.00
Inversiones de preparación y desarrollo del yacimiento	1156	0.00
(-) Amortización acumulada de inversiones realizadas en las fases de prospección, exploración inicial, exploración avanzada y evaluación económica del yacimiento	1157	0.00
(-) Amortización acumulada de inversiones de exploración complementaria durante la fase de explotación	1158	0.00
(-) Amortización acumulada de inversiones de preparación y desarrollo del yacimiento	1159	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de activos para exploración, evaluación y explotación	411	0.00

INVERSIONES NO CORRIENTES		
EN SUBSIDIARIAS		
Costo	412	0.00
Ajuste acumulado por aplicación del método de la participación (valor patrimonial proporcional)	(+/-) 413	0.00
EN ASOCIADAS		
Costo	414	0.00
Ajuste acumulado por aplicación del método de la participación (valor patrimonial proporcional)	(+/-) 415	0.00
EN NEGOCIOS CONJUNTOS		
Costo	416	0.00
Ajuste acumulado por aplicación del método de la participación (valor patrimonial proporcional)	(+/-) 417	0.00
Otros Derechos Representativos de Capital en Sociedades que no son Subsidiarias, ni Asociadas, ni Negocios Conjuntos	418	0.00
(-) Deterioro Acumulado del Valor de Inversiones no Corrientes	419	0.00

CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR NO CORRIENTES		
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR COMERCIALES NO CORRIENTES		
RELACIONADAS		
Locales	420	0.00
Del exterior	421	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de cuentas y documentos por cobrar comerciales por incobrabilidad (provisiones para créditos incobrables)	422	0.00
NO RELACIONADAS		
Locales	423	0.00
Del exterior	424	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de cuentas y documentos por cobrar comerciales por incobrabilidad (provisiones para créditos incobrables)	425	0.00
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR NO CORRIENTES		
A ACCIONISTAS, SOCIOS, PARTICIPES, BENEFICIARIOS U OTROS TITULARES DE DERECHOS REPRESENTATIVOS DE CAPITAL		

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	PÁGINA
SRIDEC2024111276750	872649092589	28-03-2024	4

Locales	426	0.00
Del exterior	427	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de cuentas y documentos por cobrar por incobrabilidad (provisiones para créditos incobrables)	428	0.00
OTRAS RELACIONADAS		
Locales	429	0.00
Del exterior	430	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de cuentas y documentos por cobrar por incobrabilidad (provisiones para créditos incobrables)	431	0.00
OTRAS NO RELACIONADAS		
Locales	432	0.00
Del exterior	433	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de otras cuentas y documentos por cobrar por incobrabilidad (provisiones para créditos incobrables)	434	0.00
OTROS ACTIVOS FINANCIEROS NO CORRIENTES		
A costo amortizado	435	0.00
(-) Deterioro acumulado del valor de otros activos financieros no corrientes medidos a costo amortizado (provisiones para créditos incobrables)	436	0.00
A valor razonable	437	0.00
PORCIÓN NO CORRIENTE DE ARRENDAMIENTOS FINANCIEROS POR COBRAR		
Relacionadas	438	0.00
No Relacionadas	439	0.00
ACTIVOS POR IMPUESTOS DIFERIDOS		
Por diferencias temporarias	440	0.00
Por pérdidas tributarias sujetas a amortización en periodos siguientes	441	0.00
POR CRÉDITOS FISCALES NO UTILIZADOS		
Crédito tributario a favor del sujeto pasivo (ISE)	442	0.00
Crédito tributario a favor del sujeto pasivo (Impuesto a la Renta)	443	0.00
Otros	444	0.00
Otros Activos No Corrientes	445	0.00
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	449	4000.00
REVALUACIONES Y REEXPRESIONES DE ACTIVOS (INFORMATIVO)		
Ajustes acumulados por reexpresiones o revaluaciones de otras partidas de propiedades, planta y equipo (informativo)	460	0.00
(-) Depreciación acumulada de los ajustes acumulados por reexpresiones o revaluaciones de otras partidas de propiedades, planta y equipo (informativo)	461	0.00
Ajustes acumulados por reexpresiones o revaluaciones de activos intangibles (informativo)	462	0.00
(-) Amortización acumulada de los ajustes acumulados por reexpresiones o revaluaciones de activos intangibles (informativo)	463	0.00
Ajustes acumulados por reexpresiones o revaluaciones de propiedades de inversión (informativo)	464	0.00
(-) Depreciación acumulada de los ajustes acumulados por reexpresiones o revaluaciones de propiedades de inversión (informativo)	465	0.00
Ajustes acumulados por reexpresiones o revaluaciones de activos para exploración, evaluación y explotación de recursos minerales (informativo)	466	0.00
(-) Depreciación/amortización acumulada de los ajustes acumulados por reexpresiones o revaluaciones de activos para exploración, evaluación y explotación de recursos minerales (informativo)	467	0.00
Total de las revaluaciones y otros ajustes positivos producto de valoraciones financieras excluidos del cálculo del anticipo, para todos los activos (informativo)	468	0.00
(-) Total depreciación acumulada del ajuste acumulado por revaluaciones y otros ajustes negativos producto de valoraciones financieras excluidos del cálculo del anticipo, para todos los activos (informativo)	469	0.00
TERRENOS QUE SE EXCLUYEN DEL CÁLCULO DEL ANTICIPO		
Total costo de terrenos en los que se desarrollan actividades agropecuarias (excluyendo sus revaluaciones o reexpresiones) (informativo)	470	0.00
Total deterioro acumulado del costo de terrenos en los que se desarrollan actividades agropecuarias (informativo)	471	0.00
Total costo de terrenos en los que se desarrollan proyectos inmobiliarios para la vivienda de interés social (excluyendo sus revaluaciones o reexpresiones) (informativo)	472	0.00
Total deterioro acumulado del costo de terrenos en los que se desarrollan proyectos inmobiliarios para la vivienda de interés social (informativo)	473	0.00
Total de intereses implícitos no devengados (futuros ingresos financieros en el estado de resultados) por acuerdos que constituyen efectivamente una transacción financiera o cobro diferido (informativo)	474	0.00
Activos fiduciarios y generados en fiduciarios mercantiles o encargos fiduciarios donde el contribuyente es constituyente o aportante (informativo)	475	0.00
Activos adquiridos por el valor de las utilidades reinvertidas generadas en el periodo anterior al declarado (informativo)	476	0.00
TOTAL DEL ACTIVO	499	12700.00

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	PÁGINA
SRIDEC2024111276750	872649092589	28-03-2024	5

PASIVO

PASIVOS CORRIENTES		
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR CORRIENTES		
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR COMERCIALES CORRIENTES		
RELACIONADAS		
Locales	511	0.00
Del exterior	512	0.00
NO RELACIONADAS		
Locales	513	1000.00
Del exterior	514	0.00
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR CORRIENTES		
A ACCIONISTAS, SOCIOS, PARTÍCIPES, BENEFICIARIOS U OTROS TITULARES DE DERECHOS REPRESENTATIVOS DE CAPITAL		
Locales	515	0.00
Del exterior	516	0.00
DIVIDENDOS POR PAGAR		
En efectivo	517	0.00
En activos diferentes del efectivo	518	0.00
OTRAS RELACIONADAS		
Locales	519	0.00
Del exterior	520	0.00
OTRAS NO RELACIONADAS		
Locales	521	0.00
Del exterior	522	0.00
OLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS - CORRIENTES		
RELACIONADAS		
Locales	523	11300.00
Del exterior	524	0.00
NO RELACIONADAS		
Locales	525	0.00
Del exterior	526	0.00
Crédito A Mútuos	527	0.00
Porción Corriente de Obligaciones Emitidas	528	0.00
OTROS PASIVOS FINANCIEROS		
A costo amortizado	529	0.00
A valor razonable	530	0.00
Porción Corriente de Arrendamientos Financieros Por Pagar	531	0.00
Pasivo corriente por arrendamiento	532	0.00
Impuesto A La Renta Por Pagar Del Ejercicio	533	0.00
PASIVOS CORRIENTES POR BENEFICIOS A LOS EMPLEADOS		
Participación trabajadores por pagar del ejercicio	534	0.00
Obligaciones con el IESS	535	0.00
Jubilación Patronal	536	0.00
Otros Pasivos Corrientes Por Beneficios a Empleados	537	0.00
PROVISIONES CORRIENTES		
Por garantías	538	0.00
Por desmantelamiento	539	0.00
Por contratos onerosos	540	0.00
Por reestructuraciones de negocios	541	0.00

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	PÁGINA
SRIDEC2024111276750	872649092589	28-03-2024	6

Por reembolsos a clientes	541	0.00
Por litigios	542	0.00
Por pasivos contingentes asumidos en una combinación de negocios	543	0.00
Otras	544	0.00
PASIVOS POR INGRESOS DIFERIDOS		
Anticipos de clientes	545	0.00
Subvenciones del Gobierno	546	0.00
Otros	547	0.00
OTROS PASIVOS CORRIENTES		
Transferencias casa matriz y sucursales (del exterior)	548	0.00
Otros	549	0.00
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	550	12300.00

PASIVOS NO CORRIENTES		
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR NO CORRIENTES		
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR COMERCIALES NO CORRIENTES		
RELACIONADAS		
Locales	553	0.00
Del exterior	554	0.00
NO RELACIONADAS		
Locales	555	0.00
Del exterior	556	0.00
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR NO CORRIENTES		
A ACCIONISTAS, SOCIOS, PARTICIPES, BENEFICIARIOS U OTROS TITULARES DE DERECHOS REPRESENTATIVOS DE CAPITAL		
Locales	557	0.00
Del exterior	558	0.00
OTRAS RELACIONADAS		
Locales	559	0.00
Del exterior	560	0.00
OTRAS NO RELACIONADAS		
Locales	561	0.00
Del exterior	562	0.00
OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS - NO CORRIENTES		
RELACIONADAS		
Locales	563	0.00
Del exterior	564	0.00
NO RELACIONADAS		
Locales	565	0.00
Del exterior	566	0.00
Crédito a mutuo	567	0.00
Porción no corriente de obligaciones emitidas	568	0.00
OTROS PASIVOS FINANCIEROS NO CORRIENTES		
A costo amortizado	569	0.00
A valor razonable	570	0.00
Porción no corriente de arrendamientos financieros por pagar	571	0.00
Pasivo no corriente por arrendamiento	574	0.00
Pasivo por Impuesto a la Renta diferido	572	0.00
PASIVOS NO CORRIENTES POR BENEFICIOS A LOS EMPLEADOS		

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
	CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN
	SRIDEC2024111276750	872649092589	28-03-2024
			PÁGINA
			7

Jubilación Patronal	573	0.00
Devolución	574	0.00
Otros Pasivos No Corrientes Por Beneficios A Empleados	575	0.00
PROVISIONES NO CORRIENTES		
Por garantías	576	0.00
Por desmantelamiento	577	0.00
Por contratos onerosos	578	0.00
Por reestructuraciones de negocios	579	0.00
Por reembolsos a clientes	580	0.00
Por litigios	581	0.00
Por pasivos contingentes asumidos en una combinación de negocios	582	0.00
Otras	583	0.00
PASIVOS POR INGRESOS DIFERIDOS		
Anticipos de clientes	584	0.00
Subvenciones del gobierno	585	0.00
Otros	586	0.00
OTROS PASIVOS NO CORRIENTES		
Transferencias casa matriz y sucursales (del exterior)	587	0.00
Otros	588	0.00
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	589	0.00
Total de intereses implícitos no devengados (futuros gastos financieros en el estado de resultados) por acuerdos que constituyen efectivamente una transacción financiera o pago diferido (Informativo)		
	591	0.00
Pasivos incurridos en fideicomisos mercantiles o encargos fiduciarios donde el contribuyente es constituyente o aportante (Informativo)		
	592	0.00
TOTAL DEL PASIVO	599	12300.00

PATRIMONIO			
Capital suscrito y/o asignado	601	400.00	
(-) Capital suscrito no pagado, acciones en tesorería	602	0.00	
Aportes de socios, accionistas, participantes, fundadores, constituyentes, beneficiarios u otros titulares de derechos representativos de capital para futura capitalización	603	0.00	
RESERVAS			
Reserva legal	604	0.00	
Reserva facultativa	605	0.00	
Otras	606	0.00	
RESULTADOS ACUMULADOS			
Reserva de capital	607	0.00	
Reserva por donaciones	608	0.00	
Reserva por valuación (procedente de la aplicación de normas ecuatorianas de contabilidad - NEC)	609	0.00	
Superávit por revaluación de inversiones (procedente de la aplicación de normas ecuatorianas de contabilidad - NEC)	610	0.00	
Utilidades acumuladas de ejercicios anteriores	611	0.00	
(-) Pérdidas acumuladas de ejercicios anteriores	612	0.00	
Excedente / pérdida del ejercicio anterior (con socios)	(+/-)	613	0.00
Resultados acumulados por adopción por primera vez de las NIIF	(+/-)	614	0.00
Utilidad del ejercicio	615	0.00	
(-) Pérdida del ejercicio	616	0.00	
Excedente / pérdida del ejercicio económico (con socios)	(+/-)	617	0.00
OTROS RESULTADOS INTEGRALES ACUMULADOS			
SUPERÁVIT DE REVALUACIÓN ACUMULADO			
Propiedades, Planta y Equipo	618	0.00	

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
	CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN
	SRIDEC2024111276750	872649092589	28-03-2024
			PÁGINA
			8

Activos intangibles		619	0.00
Otros		620	0.00
Ganancias y pérdidas acumuladas por inversiones en instrumentos de patrimonio medidos a valor razonable con cambios en otro resultado integral	(+/-)	621.0	0.00
Ganancias y pérdidas acumuladas por la conversión de estados financieros de un negocio en el extranjero	(+/-)	622.0	0.00
Ganancias y pérdidas actuariales acumuladas	(+/-)	623.0	0.00
La parte efectiva de las ganancias y pérdidas de los instrumentos de cobertura en una cobertura de flujos de efectivo	(+/-)	624.0	0.00
Otros	(+/-)	625.0	0.00
Dividendos declarados (distribuidos) a favor de titulares de derechos representativos de capital en el ejercicio fiscal (Informativo)		626	0.00
Dividendos pagados (liquidados) a titulares de derechos representativos de capital en el ejercicio fiscal (Informativo)		627	0.00
TOTAL DEL PATRIMONIO		698	400.00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		699	12700.00

ESTADO DEL RESULTADO INTEGRAL

INGRESOS			
INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS			
VENTAS LOCALES DE BIENES			
	Total ingresos	Valor exento / no objeto	
Gravadas con tarifa diferente de 0% de IVA	6001	62059.61	6002 0.00
Gravadas con tarifa 0% de iva o exentas de IVA	6003	0.00	6004 0.00
PRESTACIONES LOCALES DE SERVICIOS	Total ingresos	Valor exento / no objeto	
Gravadas con tarifa diferente de 0% de IVA	6005	0.00	6006 0.00
Gravadas con tarifa 0% de iva o exentas de IVA	6007	0.00	6008 0.00
EXPORTACIONES NETAS	Total ingresos	Valor exento / no objeto	
De bienes	6009	0.00	6010 0.00
De servicios	6011	0.00	6012 0.00
	Total ingresos	Valor exento / no objeto	
Por prestación de servicios de construcción	6013	0.00	6014 0.00
Obtenidos bajo la modalidad de concesiones o similares (relaciones de agencia)	6015	0.00	6016 0.00
Obtenidos por arrendamientos operativos	6017	0.00	6018 0.00
TOTAL INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	1006	62059.61	

OTROS INGRESOS			
POR REGALIAS Y OTRAS CESIONES DE DERECHOS			
	Total ingresos	Valor exento / no objeto	
RELACIONADAS	6019	0.00	6020 0.00
NO RELACIONADAS	6021	0.00	6022 0.00
POR DIVIDENDOS	Total ingresos	Valor exento / no objeto	
Procedentes de sociedades residentes o establecidas en Ecuador	6023	0.00	6024 0.00
Procedentes de sociedades no residentes ni establecidas en Ecuador	6025	0.00	6026 0.00
	Total ingresos	Valor exento / no objeto	
Ganancias netas por mediciones de activos biológicos a valor razonable menos costos de venta	6027	0.00	6028 0.00
Ganancias netas por medición de propiedades de inversión a valor razonable	6029	0.00	6030 0.00
Ganancias netas por medición de instrumentos financieros a valor razonable	6031	0.00	6032 0.00
Ganancias netas por diferencias de cambios	6033	0.00	6034 0.00
Utilidad en venta de propiedades, planta y equipo	6035	0.00	6036 0.00
Utilidad en la enajenación de derechos representativos de capital	6037	0.00	6038 0.00
Ingresos devengados por subvenciones del gobierno y otras ayudas gubernamentales	6039	0.00	6040 0.00
GANANCIAS NETAS POR REVERSIONES DE DETERIORO EN EL VALOR	Total ingresos	Valor exento / no objeto	
De activos financieros (reversión de provisiones para créditos incobrables)	6041	0.00	6042 0.00
De inventarios	6043	0.00	6044 0.00

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
	CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN
	SRIDEC2024111276750	872649092589	28-03-2024
			PÁGINA
			9

De activos no corrientes mantenidos para la venta	6045	0.00	6046 0.00
De activos biológicos	6047	0.00	6048 0.00
De propiedades, planta y equipo	6049	0.00	6050 0.00
De activos intangibles	6051	0.00	6052 0.00
De propiedades de inversión	6053	0.00	6054 0.00
De activos de exploración, evaluación y explotación de recursos minerales	6055	0.00	6056 0.00
De inversiones no corrientes	6057	0.00	6058 0.00
Otros	6059	0.00	6060 0.00

GANANCIAS NETAS POR REVERSIONES DE PROVISIONES			
	Total ingresos	Valor exento / no objeto	
Por garantías	6061	0.00	6062 0.00
Por desmantelamientos	6063	0.00	6064 0.00
Por contratos onerosos	6065	0.00	6066 0.00
Por reestructuraciones de negocios	6067	0.00	6068 0.00
Por reembolsos a clientes	6069	0.00	6070 0.00
Por litigios	6071	0.00	6072 0.00
Por pasivos contingentes asumidos en una combinación de negocios	6073	0.00	6074 0.00
Otros	6075	0.00	6076 0.00
GANANCIAS NETAS POR REVERSIONES DE PASIVOS POR BENEFICIOS A LOS EMPLEADOS	Total ingresos	Valor exento / no objeto	
Jubilación patronal y desahucio	6077	0.00	6078 0.00
Otros	6079	0.00	6080 0.00
RENTAS NETAS PROVENIENTES DE DONACIONES Y APORTACIONES (PARA USO DE INSTITUCIONES DE CARACTER PRIVADOS SIN FINES DE LUCRO)	Total ingresos	Valor exento / no objeto	
De recursos públicos	6081	0.00	6082 0.00
De otras locales	6083	0.00	6084 0.00
Del exterior	6085	0.00	6086 0.00
POR REEMBOLSOS DE SEGUROS	Total ingresos	Valor exento / no objeto	
Por lucro cesante	6087	0.00	6088 0.00
Otros	6089	0.00	6090 0.00
	Total ingresos	Valor exento / no objeto	
Provenientes del exterior	6091	0.00	6092 0.00
Otros	6093	0.00	6094 0.00

INGRESOS FINANCIEROS Y OTROS NO OPERACIONALES			
INGRESOS FINANCIEROS			
ARRENDAMIENTO MERCANTIL			
	Total ingresos	Valor exento / no objeto	
RELACIONADAS			
Local	6095	0.00	6096 0.00
Del exterior	6097	0.00	6098 0.00
NO RELACIONADAS	Total ingresos	Valor exento / no objeto	
Local	6099	0.00	6100 0.00
Del exterior	6101	0.00	6102 0.00
COSTOS DE TRANSACCIÓN (COMISIONES BANCARIAS, HONORARIOS, TASAS, ENTRE OTROS)	Total ingresos	Valor exento / no objeto	
RELACIONADAS			
Local	6103	0.00	6104 0.00
Del exterior	6105	0.00	6106 0.00
NO RELACIONADAS	Total ingresos	Valor exento / no objeto	
Local	6107	0.00	6108 0.00
Del exterior	6109	0.00	6110 0.00
INTERESES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS			

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
	CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN
	SRIDEC2024111276750	872649092589	28-03-2024
			PÁGINA
			10

		Total ingresos	Valor exento / no objeto
RELACIONADAS	Local	6111	6112
	Del exterior	6113	6114
NO RELACIONADAS	Local	6115	6116
	Del exterior	6117	6118
INTERESES DEVENGADOS CON TERCEROS			
RELACIONADAS	Local	6119	6120
	Del exterior	6121	6122
NO RELACIONADAS	Local	6123	6124
	Del exterior	6125	6126
Prestación de servicios de custodia de activos financieros		6241	6242
Prestación de servicios de operaciones de inversión en nombre de terceros		6251	6252
Por actividades de inversión, reaversión o de negociación de activos financieros (si la sociedad es administrada por una Institución Financiera)		6261	6262
Intereses implícitos devengados por acuerdos que constituyen efectivamente una transacción financiera o cobro diferido		6127	6128
Otros		6129	6130
Ganancias por medición de inversiones en asociadas y negocios conjuntos al método de la participación (valor patrimonial proporcional)		6131	6132
Otros		6133	6134
Ganancias netas procedentes de actividades discontinuadas		6135	6136
TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES		1045	0.00
TOTAL INGRESOS			6999
Ventas netas de propiedades, planta y equipo (Informativo)			6140
Ingresos por reembolso como intermediario / monto total facturado por operadoras de transporte con puntos de emisión asignados a socios (Informativo)			6141
Dividendos declarados (distribuidos) a favor del contribuyente en el ejercicio fiscal (Informativo)			6142
Dividendos cobrados (recaudados) por el contribuyente en el ejercicio fiscal (Informativo)			6143
Ingresos obtenidos por las organizaciones previstas en la Ley de economía popular y solidaria (Informativo)			
Utilidades (Informativo)			6144
Excedentes (Informativo)			6145
Monto total facturado por comisionistas y similares (relaciones de agencia) (Informativo)			
Correspondiente a los valores brutos de los bienes o servicios vendidos bajo la modalidad de comisiones o similares (Informativo)			6146
Valor total correspondiente a las comisiones, descuentos, primas y similares sobre los valores brutos de los bienes o servicios vendidos bajo la modalidad de comisiones o similares (Informativo)			6147
Ingresos generados por compañías de transporte internacional por sus operaciones habituales de transporte (Informativo)			6148
Ingresos generados en fideicomisos mercantiles o encargos fiduciarios donde el contribuyente es constituyente o aportante (Informativo)			6149
Ingresos no objeto de impuesto a la renta			6150
Ingresos obtenidos en dinero electrónico (Informativo)			6151
Ingresos brutos totales según contabilidad			6152
			62059.61

COSTOS Y GASTOS			
COSTO DE VENTAS			
	Costo	Gasto	Valor no deducible
Inventario inicial de bienes no producidos por el sujeto pasivo	7001	0.00	
Compras netas locales de bienes no producidos por el sujeto pasivo	7004	78549.95	7006

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	PÁGINA
SRIDEC2024111276750	872649092589	28-03-2024	11

Importaciones de bienes no producidos por el sujeto pasivo	7007	0.00	7009	0.00
(-) Inventario final de bienes no producidos por el sujeto pasivo	7010	0.00		
Inventario inicial de materia prima	7013	0.00		
Compras netas locales de materia prima	7016	0.00	7018	0.00
Importaciones de materia prima	7019	0.00	7021	0.00
(-) Inventario final de materia prima	7022	0.00		
Inventario inicial de productos en proceso	7025	0.00		
(-) Inventario final de productos en proceso	7028	0.00		
Inventario inicial productos terminados	7031	0.00		
(-) Inventario final de productos terminados	7034	0.00		
(+/-) Ajustes	(+/-) 7037	0.00	(+/-) 7039	0.00

GASTOS POR BENEFICIOS A LOS EMPLEADOS Y HONORARIOS			
	Costo	Gasto	Valor no deducible
Sueldos, salarios y demás remuneraciones que constituyen materia gravada del IESS	7040	0.00	7042
Beneficios sociales, indemnizaciones y otras remuneraciones que no constituyen materia gravada del IESS	7043	0.00	7045
Aporte a la seguridad social (incluye fondo de reserva)	7046	0.00	7048
Honorarios profesionales y dietas	7049	0.00	7051
Honorarios y otros pagos a no residentes por servicios ocasionales	7052	0.00	7054
Jubilación patronal	7055	0.00	7057
Desahucio	7058	0.00	7060
Otros	7061	0.00	7063

GASTOS POR DEPRECIACIONES			
DEL COSTO HISTÓRICO DE PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO			
	Costo	Gasto	Valor no deducible
Acelerada	7064	0.00	7066
No acelerada	7067	0.00	7069
Del costo histórico de propiedades de inversión	7070	0.00	7072
Del costo histórico de activos para exploración, evaluación y explotación de recursos minerales	7073	0.00	7075
DEL AJUSTE ACUMULADO POR REEXPRESIONES O REVALUACIONES			
Propiedades, planta y equipo	7076	0.00	7078
Propiedades de inversión	7079	0.00	7081
Activos para exploración, evaluación y explotación de recursos minerales	7082	0.00	7084
Otros	7085	0.00	7087
De Activos Biológicos	7088	0.00	7090
Otras depreciaciones	7091	0.00	7093
GASTOS POR AMORTIZACIONES			
Del costo histórico de Activos Intangibles	7094	0.00	7096
Del costo histórico de activos para la exploración evaluación y explotación de recursos minerales	7097	0.00	7099
DEL AJUSTE ACUMULADO POR REEXPRESIONES O REVALUACIONES			
Activos intangibles	7100	0.00	7102
Activos para la exploración, Evaluación y explotación de recursos minerales	7103	0.00	7105
Otros	7106	0.00	7108
De derechos de uso por activos arrendados	7109	0.00	7111
Otras amortizaciones	7109	0.00	7111
PERDIDAS NETAS POR DETERIORO EN EL VALOR			

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	PÁGINA
SRIDEC2024111276750	872649092589	28-03-2024	12

De activos financieros (de provisiones para créditos incobrables)			7113	0.00	7114	0.00
De inventarios	7115	0.00	7116	0.00	7117	0.00
De activos no corrientes mantenidos para la venta			7119	0.00	7120	0.00
De activos biológicos			7122	0.00	7123	0.00
De propiedades, planta y equipo	7124	0.00	7125	0.00	7126	0.00
De activos intangibles	7127	0.00	7128	0.00	7129	0.00
De propiedades de inversión			7131	0.00	7132	0.00
De activos de exploración, evaluación y explotación de recursos minerales			7134	0.00	7135	0.00
De inversiones no corrientes			7137	0.00	7138	0.00
Otras	7139	0.00	7140	0.00	7141	0.00

GASTOS DE PROVISIONES						
	Costo		Gasto		Valor no deducible	
Por garantías	7142	0.00	7143	0.00	7144	0.00
Por desmantelamientos	7145	0.00	7146	0.00	7147	0.00
Por contratos onerosos			7149	0.00	7150	0.00
Por reestructuraciones de negocios			7152	0.00	7153	0.00
Por reembolsos a clientes			7155	0.00	7156	0.00
Por litigios			7158	0.00	7159	0.00
Por pasivos contingentes asumidos en una combinación de negocios	7160	0.00	7161	0.00	7162	0.00
Otros	7163	0.00	7164	0.00	7165	0.00

PÉRDIDA EN VENTA DE ACTIVOS FIJOS						
	Costo		Gasto		Valor no deducible	
Relacionadas	7166	0.00	7167	0.00	7168	0.00
No relacionadas	7169	0.00	7170	0.00	7171	0.00

OTROS GASTOS						
	Costo		Gasto		Valor no deducible	
Promoción y publicidad			7173	0.00	7174	0.00
Transporte			7176	0.00	7177	0.00
Consumo de combustibles y lubricantes	7178	0.00	7179	0.00	7180	0.00
Gastos de viaje			7182	0.00	7183	0.00
Gastos de gestión			7185	0.00	7186	0.00
Amendamientos operativos			7188	0.00	7189	0.00
Suministros, herramientas, materiales y repuestos	7190	0.00	7191	0.00	7192	0.00
Pérdida en la enajenación de derechos representativos de capital			7194	0.00	7195	0.00
Mantenimiento y reparaciones	7196	0.00	7197	0.00	7198	0.00
Mermas	7199	0.00	7200	0.00	7201	0.00
Seguros y reaseguros (primas y cesiones)	7202	0.00	7203	0.00	7204	0.00
Gastos indirectos asignados desde el exterior por partes relacionadas	7205	0.00	7206	0.00	7207	0.00
Impuestos, contribuciones y otros	7208	0.00	7209	0.00	7210	0.00

COMISIONES Y SIMILARES (DIFERENTES DE LAS COMISIONES POR OPERACIONES FINANCIERAS)						
	Costo		Gasto		Valor no deducible	
RELACIONADAS						
Local	7211	0.00	7212	0.00	7213	0.00
Del exterior	7214	0.00	7215	0.00	7216	0.00
NO RELACIONADAS						
Local	7217	0.00	7218	0.00	7219	0.00
Del exterior	7220	0.00	7221	0.00	7222	0.00
OPERACIONES DE REGALÍAS, SERVICIOS TÉCNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTARÍA Y SIMILARES						
RELACIONADAS						
Local	7223	0.00	7224	0.00	7225	0.00

	La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
	CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	PÁGINA
	SRIDEC2024111276750	872649092589	28-03-2024	13

Del exterior	7226	0.00	7227	0.00	7228	0.00
NO RELACIONADAS						
Local	7229	0.00	7230	0.00	7231	0.00
Del exterior	7232	0.00	7233	0.00	7234	0.00
Instalación, organización y similares	7235	0.00	7236	0.00	7237	0.00
IVA que se carga al costo o gasto	7238	0.00	7239	0.00	7240	0.00
Servicios públicos	7241	0.00	7242	0.00	7243	0.00
Pérdidas por siniestros			7245	0.00	7246	0.00
Otros	7247	0.00	7248	0.00	7249	0.00

GASTOS FINANCIEROS Y OTROS NO OPERACIONALES

GASTOS FINANCIEROS						
ARRENDAMIENTO MERCANTIL						
	Costo		Gasto		Valor no deducible	
RELACIONADAS						
Local			7251	0.00	7252	0.00
Del exterior			7254	0.00	7255	0.00
NO RELACIONADAS						
Local			7257	0.00	7258	0.00
Del exterior			7260	0.00	7261	0.00
COSTOS DE TRANSACCIÓN (COMISIONES BANCARIAS, HONORARIOS, TASAS, ENTRE OTROS)						
RELACIONADAS						
Local			7263	0.00	7264	0.00
Del exterior			7266	0.00	7267	0.00
NO RELACIONADAS						
Local			7269	0.00	7270	0.00
Del exterior			7272	0.00	7273	0.00
INTERESES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS						
RELACIONADAS						
Local			7275	0.00	7276	0.00
Del exterior			7278	0.00	7279	0.00
NO RELACIONADAS						
Local			7281	0.00	7282	0.00
Del exterior			7284	0.00	7285	0.00
INTERESES PAGADOS A TERCEROS						
RELACIONADAS						
Local			7287	0.00	7288	0.00
Del exterior			7290	0.00	7291	0.00
NO RELACIONADAS						
Local			7293	0.00	7294	0.00
Del exterior			7296	0.00	7297	0.00
INTERESES DEL PASIVO POR ARRENDAMIENTO						
Reversiones del descuento de provisiones que fueron reconocidas a su valor presente			7299	0.00	7300	0.00
Intereses imputados devengados por acuerdos que constituyen efectivamente una transacción financiera o pago diferido			7302	0.00	7303	0.00
Otros			7305	0.00	7306	0.00
Pérdidas por medición de inversiones en asociadas y negocios conjuntos al método de la participación (valor patrimonial proporcional)			7308	0.00	7309	0.00
Otros			7311	0.00	7312	0.00

	La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
	CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	PÁGINA
	SRIDEC2024111276750	872649092589	28-03-2024	14

	Gasto	Valor no deducible	
Pérdidas netas procedentes de actividades discontinuadas	7314	0.00	7315 0.00
TOTAL COSTOS OPERACIONALES			7991 78549.95
TOTAL GASTOS			7992 0.00
TOTAL COSTOS Y GASTOS			7999 78549.95
Baja de inventario (Informativo)			7901 0.00
Pago por reembolso como reembolsante / monto total facturado por socios por puntos de emisión a operadoras de transporte (Informativo)			7902 0.00
Pago por reembolso como intermediario (Informativo)			7903 0.00
No. de RUC del profesional que realizó el cálculo actuarial para el contribuyente (Informativo)			7904 0.00
Costos y gastos generados en fideicomisos mercantiles o encargos fiduciarios donde el contribuyente es constituyente o aportante (Informativo)			7905 0.00
Gastos atribuidos a ingresos no objeto de impuesto a la renta			7906 0.00
Costos y gastos realizados con dinero electrónico (Informativo)			7907 0.00
Incentivos ley de solidaridad (inversiones nuevas, exoneración para IFIS y compensación por el exceso de las contribuciones solidarias)			7908 0.00

CONCILIACIÓN TRIBUTARIA			
UTILIDAD DEL EJERCICIO			801 0.00
PÉRDIDA DEL EJERCICIO			802 16490.34

CÁLCULO DE BASE PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES			
Ingresos por mediciones de activos biológicos al valor razonable menos costos de venta	094	0.00	095 0.00
Pérdidas, costos y gastos por mediciones de activos biológicos al valor razonable menos costos de venta	096	0.00	097 0.00
Base de cálculo de participación a trabajadores			098 0.00
DIFERENCIAS PERMANENTES			
(-) Participación a trabajadores			803 0.00
(-) Dividendos exentos y efectos por método de participación (valor patrimonial proporcional)	campos: 6024 + 6026 + 6132		804 0.00
(-) Otras rentas exentas e ingresos no objeto de impuesto a la Renta (no relacionadas a actividades con Impuesto a la Renta Único)			805 0.00
(+) Gastos no deducibles locales			806 0.00
(+) Gastos no deducibles del exterior			807 0.00
(+) Gastos incurridos para generar ingresos exentos y gastos atribuidos a ingresos no objeto de impuesto a la Renta			808 0.00
(+) Participación trabajadores atribuible a ingresos exentos y no objeto de impuesto a la renta	Fórmula: [(804x15%) + (805-808)x15%]		809 0.00
(-) Deducciones adicionales			810 0.00
(+) Ajuste por precios de transferencia			811 0.00
(-) Ingresos sujetos a Impuesto a la Renta Único			812 0.00
(+) Costos y gastos incurridos para generar ingresos sujetos a Impuesto a la Renta Único			813 0.00
INGRESOS, COSTOS Y GASTOS CORRESPONDIENTES AL IMPUESTO A LA RENTA ÚNICO (IRU)			
IRU ACTIVIDAD BANANERA			
Ingresos sujetos al Impuesto a la Renta Único para las actividades del Sector Bananero (producción y venta local)			1100 0.00
Ingresos sujetos al Impuesto a la Renta Único para las actividades del Sector Bananero (exportación)			1101 0.00
Costos y gastos incurridos para generar ingresos sujetos a Impuesto a la Renta Único para las actividades del Sector Bananero (producción y venta local)			1102 0.00
Costos y gastos incurridos para generar ingresos sujetos a Impuesto a la Renta Único para las actividades del Sector Bananero (exportación)			1103 0.00
Ajuste por precios de transferencia para los ingresos sujetos al Impuesto a la Renta Único para las actividades del Sector Bananero (informativo)			1150 0.00
IRU ACTIVIDAD AGROPECUARIA			
Ingresos sujetos al Impuesto a la Renta Único para las actividades Agropecuarias (producción y comercialización local)			1104 0.00
Ingresos sujetos al Impuesto a la Renta Único para las actividades Agropecuarias (exportación)			1105 0.00
Ingresos consolidados sujetos al IRU para las actividades agropecuarias del contribuyente y sus partes relacionadas por la producción, comercialización local y exportación según el Art. 27.1 de la LRTI (Informativo)			1160 0.00
Costos y gastos incurridos para generar ingresos sujetos al Impuesto a la Renta Único para las actividades Agropecuarias (producción y comercialización local)			1106 0.00
Costos y gastos incurridos para generar ingresos sujetos al Impuesto a la Renta Único para las actividades Agropecuarias (exportación)			1107 0.00
IRU ACTIVIDAD DE ENAJENACIÓN DE DERECHOS REPRESENTATIVOS DE CAPITAL			
Ingresos (utilidad) sujetos al Impuesto a la Renta Único en la enajenación de derechos representativos de capital			1110 0.00

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
	CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN
	SRIDEC2024111276750	872649092589	28-03-2024
			PÁGINA 15

Costos y gastos incurridos para generar ingresos sujetos a Impuesto a la Renta Único en la enajenación de derechos representativos de capital			1111 0.00
(-) Ingresos sujetos al Impuesto a la Renta del Régimen Impositivo de Microempresas o del Régimen Simplificado para Emprendedores (RIMPE)			1112 62059.61
(+) Costos y gastos incurridos para generar ingresos sujetos al Impuesto a la Renta del Régimen Impositivo de Microempresas o del Régimen Simplificado para Emprendedores (RIMPE)			1113 78549.95
(+) Pérdidas en concesiones mineras otorgadas a un mismo titular (sociedades sujetas al Régimen Tributario de las empresas mineras)			1165 0.00

GENERACIÓN / REVERSIÓN DE DIFERENCIAS TEMPORARIAS (IMPUESTOS DIFERIDOS)			
	Generación	Reversión	
Por valor neto realizable de inventarios	814	0.00	815 0.00
Por provisiones para desahucio pensiones jubilares patronales	816	0.00	817 0.00
Por costos estimados de desmantelamiento	818	0.00	819 0.00
Por deterioros del valor de propiedades, planta y equipo	820	0.00	821 0.00
Por provisiones (diferentes de cuentas incobrables, desmantelamiento, desahucio y jubilación patronal)	822	0.00	823 0.00
Por la diferencia entre los cánones de arrendamiento pactados y los cargos que deban registrarse por el reconocimiento de un activo por derecho de uso	1114	0.00	1115 0.00
Por deterioro de los activos financieros correspondientes a créditos incobrables (para entidades no financieras)	1166	0.00	1167 0.00
Por la diferencia entre la depreciación financiera de propiedad, planta y equipo y los límites de deducibilidad de dicha depreciación	1168	0.00	1169 0.00
POR CONTRATOS DE CONSTRUCCIÓN			
Ingresos provenientes de contratos de construcción	1116	0.00	1117 0.00
Pérdidas, costos y gastos provenientes de contratos de construcción	1118	0.00	1119 0.00
POR MEDICIONES DE ACTIVOS NO CORRIENTES MANTENIDOS PARA LA VENTA			
Garancias que surjan de la medición de activos no corrientes mantenidos para la venta	1120	0.00	1121 0.00
Pérdidas que surjan de la medición de activos no corrientes mantenidos para la venta	1122	0.00	1123 0.00
POR MEDICIONES DE ACTIVOS BIOLÓGICOS AL VALOR RAZONABLE MENOS COSTO DE VENTA			
Ingresos	828	0.00	829 0.00
Pérdidas, costos y gastos	830	0.00	831 0.00
Amortización pérdidas tributarias de años anteriores			
Por otras diferencias temporarias permitidas por la normativa tributaria	(++) 834	0.00	(-) 835 0.00
Utilidad gravable			836 0.00
Pérdida sujeta a amortización en periodos siguientes			837 0.00

INFORMACIÓN RELACIONADA CON EL DEBER DE INFORMAR LA COMPOSICIÓN SOCIETARIA A LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA (ANEXO DE ACCIONISTAS - APS)			
¿Cumple el deber de informar sobre la composición societaria dentro de los plazos establecidos?			838 Si
Porcentaje de la composición societaria no informada (dentro de los plazos establecidos)			839 0.000000
Porcentaje de la composición societaria correspondiente a paraísos fiscales al 31 de diciembre del ejercicio declarado que si ha sido informada			840 0.000000

INFORMACIÓN RELACIONADA POR RESULTADOS OBTENIDOS DENTRO Y FUERA DE ZEDES			
¿Contribuyente declarante es administrador u operador de ZEDE?			841 No aplica
INFORMACIÓN RELACIONADA POR RESULTADOS OBTENIDOS DENTRO Y FUERA DE ZEDES			
	Aplicable a territorio ZEDE	Aplicable a territorio fuera de ZEDE	
Utilidad gravable	842 0.00	843 0.00	
Pérdida sujeta a amortización en periodos siguientes	844 0.00	845 0.00	
Utilidad a reinvertir y capitalizar (sujeta legalmente a reducción de la tarifa)	846 0.00	847 0.00	
Saldo utilidad gravable	848 0.00	849 0.00	

Total impuesto causado			850 0.00
------------------------	--	--	----------

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
	CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN
	SRIDEC2024111276750	872649092589	28-03-2024
			PÁGINA 16

Saldo del anticipo pendiente de pago (trabaje campo 876 declaración periodo anterior -vigente hasta el ejercicio fiscal 2018)	800	0.00
Anticipo determinado correspondiente al ejercicio fiscal declarado (hasta el ejercicio fiscal 2018) - Anticipo pagado (para el ejercicio fiscal 2019)	851	0.00
(*) Anticipo reducido correspondiente al ejercicio fiscal declarado (aplica para únicamente para el ejercicio 2017)	(851-852)	853 0.00
(*) Impuesto a la Renta causado mayor al anticipo reducido	(850-853)	854 0.00
(*) Crédito tributario generado por anticipo (en régimen general aplica para ejercicios anteriores al 2010)	855	0.00
¿Para el periodo fiscal seleccionado, la sociedad está sujeta al Régimen Simplificado para Emprendedores (RIMPE)?	062	SI
(*) Impuesto a la Renta Causado del Régimen Simplificado para Emprendedores (RIMPE)	063	510.75
(*) Saldo del anticipo pendiente de pago (vigente hasta el ejercicio fiscal 2018)	866	0.00
(*) Retenciones en la fuente que se realizaron en el ejercicio fiscal (excepto retenciones aplicables al régimen de microempresas y de las actividades sujetas al Impuesto a la Renta Único)	867	78.26
(*) Retenciones por dividendos anticipados	868	0.00
(*) Retenciones o impuesto pagado por ingresos provenientes del exterior con derecho a crédito tributario	869	0.00
(*) Autorretenciones efectuadas sobre los ingresos gravados por aplicación del Artículo 92.1 del RALRTH (aplica a IFIs, empresas de telefonía móvil y con contratos para la exploración y explotación de hidrocarburos)	895	0.00
(*) Anticipo de impuesto a la renta pagado por espectáculos públicos	860	0.00
(*) Intereses por el anticipo de Impuesto a la Renta pagado voluntariamente	891	0.00
(*) Anticipo de Impuesto a la Renta pagado voluntariamente	892	0.00
(*) Crédito tributario por impuesto a la utilidad en la compraventa de predios urbanos y plusvalía pagados a Municipios (para actividades de urbanización, lotización y otras similares)	894	0.00
(*) Crédito tributario de años anteriores	861	0.00
(*) CRÉDITO TRIBUTARIO GENERADO POR IMPUESTO A LA SALIDA DE DIVISAS		
Generado en el ejercicio fiscal declarado	862	0.00
Generado en ejercicios fiscales anteriores	863	0.00
(*) Valor del beneficio en impuesto de una sociedad que dispone de un contrato de inversión con estabilidad en la tarifa de Impuesto a la Renta, de acuerdo a lo señalado en el COFCI	048	0.00
(*) Valor del beneficio en impuesto por la reducción de tres puntos porcentuales (3%) del Impuesto a la Renta para el desarrollo de nuevas inversiones	059	0.00
(*) Valor del beneficio en impuesto por la reducción especial de la tarifa de Impuesto a la Renta por la suscripción de Contratos de Inversión	060	0.00
Porcentaje de reducción especial de la tarifa de Impuesto a la Renta por la suscripción de Contratos de Inversión	061	0.000000
Subtotal impuesto a pagar	865	432.49
Subtotal saldo a favor	866	0.00
(*) Impuesto a la Renta Único	867	0.00

LIQUIDACIÓN DEL IMPUESTO A LA RENTA ÚNICO		
IRU SECTOR BANANERO		
(*) Impuesto a la Renta Único calculado para las actividades del Sector Bananero (producción y venta local)	1124	0.00
(*) Impuesto a la Renta Único calculado para las actividades del Sector Bananero (exportación)	1125	0.00
Impuesto a la Renta Único calculado para las actividades del Sector Bananero (componente exportación)	1126	0.00
Impuesto a la Renta Único calculado para las actividades del Sector Bananero (componente producción propia)	1127	0.00
(*) Exoneración del Impuesto a la Renta Único para las actividades del Sector Bananero por nuevas inversiones	1128	0.00
(*) Exoneración del Impuesto a la Renta Único para las actividades del Sector Bananero por creación de nuevas sociedades	1129	0.00
(*) Exoneración del Impuesto a la Renta Único para las actividades del Sector Bananero por otros conceptos	1130	0.00
(*) Retenciones en la fuente por Impuesto a la Renta Único para las actividades del Sector Bananero (producción y venta local)	1131	0.00
(*) Retenciones en la fuente por Impuesto a la Renta Único para las actividades del Sector Bananero (exportación)	1132	0.00
(*) Crédito tributario por Impuesto a la Renta Único para las actividades del Sector Bananero (informativo)	1133	0.00
(*) Impuesto a la Renta Único a pagar por actividades del Sector Bananero	1134	0.00
IRU ACTIVIDAD AGROPECUARIA		
(*) Impuesto a la Renta Único calculado para las actividades Agropecuarias (producción y comercialización local)	1135	0.00
(*) Impuesto a la Renta Único calculado para las actividades Agropecuarias (exportación)	1136	0.00
(*) Ajuste por impuesto a la Renta Único de las actividades agropecuarias por ingresos consolidados del contribuyente y sus partes relacionadas (Art. 27.1 de la LRTI)	1170	0.00
(*) Exoneración del Impuesto a la Renta Único para las actividades Agropecuarias por nuevas inversiones	1137	0.00
(*) Exoneración del Impuesto a la Renta Único para las actividades Agropecuarias por creación de nuevas sociedades	1138	0.00
(*) Exoneración del Impuesto a la Renta Único para las actividades Agropecuarias por otros conceptos	1139	0.00
(*) Retenciones en la fuente por Impuesto a la Renta Único para las actividades Agropecuarias (producción y comercialización local)	1140	0.00

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
	CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN
	SRIDEC2024111276750	872649092589	28-03-2024
			PÁGINA
			17

(*) Retenciones en la fuente por Impuesto a la Renta Único para las actividades Agropecuarias (exportación)	1141	0.00
(*) Retenciones en la fuente de otros regímenes aplicables al Impuesto a la Renta Único para actividades Agropecuarias (exportación)	1142	0.00
(*) Valor pagado del Impuesto a la Renta Único de las actividades agropecuarias que le corresponda por ingresos consolidados del contribuyente y sus partes relacionadas (Art. 27.1 de la LRTI)	1171	0.00
(*) Crédito tributario por Impuesto a la Renta Único para las actividades Agropecuarias (informativo)	1143	0.00
(*) Impuesto a la Renta Único a pagar por actividades Agropecuarias	1144	0.00
IRU EN LA UTILIDAD POR ENAJENACIÓN DE DERECHOS REPRESENTATIVOS DE CAPITAL		
(*) Impuesto a la Renta Único en la enajenación de derechos representativos de capital	1147	0.00
(*) Crédito tributario para la liquidación del Impuesto a la Renta Único en la enajenación de derechos representativos de capital	1148	0.00
(*) Crédito tributario del Régimen Impositivo para Microempresas	1149	0.00
Impuesto a la Renta a pagar	869	432.49
Saldo a favor contribuyente	870	0.00

ANTICIPO (PRÓXIMO AÑO)		
ANTICIPO DE IMPUESTO A LA RENTA PRÓXIMO AÑO		
Anticipo calculado próximo año (informativo a partir del ejercicio fiscal 2019)	871	0.00
OTRO RESULTADO INTEGRAL DEL PERÍODO (INFORMATIVO)		
GANANCIAS Y PÉRDIDAS POR REVALUACIONES		
(+/-) Propiedades, planta y equipo	880	0.00
(+/-) Activos intangibles	881	0.00
(+/-) Otros	882	0.00
(+/-) Ganancias y pérdidas por inversiones en instrumentos de patrimonio medidos a valor razonable con cambios en otro resultado integral	883	0.00
(+/-) Ganancias y pérdidas por la conversión de estados financieros de un negocio en el extranjero	884	0.00
(+/-) Ganancias y pérdidas actuariales	885	0.00
(+/-) La parte efectiva de las ganancias y pérdidas de los instrumentos de cobertura en una cobertura de flujos de efectivo	886	0.00
(+/-) Otros	887	0.00
GASTO (INGRESO) POR IMPUESTO A LA RENTA DEL PERÍODO (INFORMATIVO)		
Gasto (ingreso) por impuesto a la renta corriente	(+/-) 888	0.00
Gasto (ingreso) por impuesto a la renta diferido	(+/-) 889	0.00

TOTALES		
Pago previo (informativo)	890	0.00
DETALLE DE IMPUTACIÓN AL PAGO (PARA DECLARACIONES SUSTITUTIVAS)		
Interés	897	0.00
Impuesto	898	0.00
Multa	899	0.00
VALORES A PAGAR Y FORMAS DE PAGO (LUEGO DE IMPUTACIÓN AL PAGO EN DECLARACIONES SUSTITUTIVAS)		
TOTAL IMPUESTO A PAGAR	902	432.49
Interés por mora	903	0.00
Multa	904	0.00
TOTAL PAGADO	999	432.49

VENTAS LOCALES DE BIENES - Gravadas con tarifa diferente de 0% de IVA		
Descripción	Total ingresos	Valor exento / no objeto
01 CON RELACIONADAS	62,059.61	0

COSTO DE VENTAS - Compras netas locales de bienes no producidos por el sujeto pasivo			
La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
	CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN
	SRIDEC2024111276750	872649092589	28-03-2024
			PÁGINA
			18

Descripción	Costo	Valor no deducible
01 CON RELACIONADAS	78.549,96	0

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	PÁGINA
SRIDEC2024111276750	872649092589	28-03-2024	19